

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**ORKUT COMO FONTE DE INFORMAÇÃO PARA JORNALISTAS:
APURAÇÃO NA ERA DA INTERNET**

ISABELLA MENDONÇA GUERREIRO

RIO DE JANEIRO
2007

ISABELLA MENDONÇA GUERREIRO

**ORKUT COMO FONTE DE INFORMAÇÃO PARA JORNALISTAS:
APURAÇÃO NA ERA DA INTERNET**

Monografia apresentada à banca examinadora como pré-requisito para a conclusão do curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Orientadora: Prof.^a Ieda Tucherman.

UFRJ
RIO DE JANEIRO
2007

ISABELLA MENDONÇA GUERREIRO

**ORKUT COMO FONTE DE INFORMAÇÃO PARA JORNALISTAS:
APURAÇÃO NA ERA DA INTERNET**

Rio de Janeiro, 11 de dezembro de 2007.

Orientadora: Prof.^a Ieda Tucherman
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Henrique Antoun
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof.^a Beatriz Becker
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação – UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço infinitamente a Deus por estar ao meu lado em todos os anos de minha vida e dar-me forças para fazer este trabalho.

Em especial, agradeço à minha mãe, que acreditou sempre em mim e apoiou-me, principalmente, durante todo o período da faculdade.

Agradeço também àqueles sem os quais este trabalho não seria feito: à minha orientadora, a professora Ieda Tucherman, por ajudar-me a concretizar a idéia e pela atenção integral que sempre teve para comigo.

Às jornalistas Ediane Merola e Júlia Motta, pela solicitude com que me atenderam e pelas entrevistas concedidas.

À minha grande amiga, Rita Machado, pelas correções e sugestões.

À Bianca Nascimento, pela amizade nesses quatros anos de faculdade e pela disponibilidade em solucionar as minhas dúvidas nestes últimos seis meses.

Aos meus amigos, os de perto e os de longe, que entenderam as ausências necessárias, divertiram-me nos momentos enlouquecedores e incentivaram-me a seguir quando o desânimo era inevitável.

RESUMO

GUERREIRO, Isabella Mendonça. **Orkut como fonte de informação para jornalistas: apuração na era da internet.** Orientadora: Prof^ª Ieda Tucherman. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2007. Monografia (Graduação em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo).

O trabalho pretende analisar como os jornais utilizam o site de relacionamentos Orkut como fonte de informação a partir de um estudo de reportagens do Jornal O Globo sobre um acidente de carro que vitimou cinco jovens, no Rio de Janeiro, em setembro de 2006. Os profissionais consultam o site como apoio na apuração e na busca e construção de pautas e personagens, passando pela procura por tendências de comportamento. A monografia apresenta também a repercussão gerada pela notícia do acidente no Orkut e como a discussão que acontecia no site acabou por fornecer mais temas para a continuação de reportagens sobre questões relacionadas às causas da morte dos cinco jovens. O estudo ainda mostra um jornalismo atual preocupado com o exercício da cidadania e a conscientização dos leitores a respeito dos problemas da sociedade, neste caso, a combinação alcoolismo e direção. Por último, o trabalho aborda a relação ambígua entre o jornalismo e o Orkut. Os jornais alternam entre dar crédito ao site – utilizando informações nele veiculadas – e apontá-lo como um ambiente que abriga ilegalidades e conteúdos, por vezes, falsos.

ABSTRACT

GUERREIRO, Isabella Mendonça. **Orkut como fonte de informação para jornalistas: apuração na era da internet.** Orientadora: Prof^a Ieda Tucherman. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2007. Monografia (Graduação em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo).

The work intends to analyse how newspapers use the social network Orkut as a source of information starting from a study of reportages from O Globo newspaper about a car accident that killed five young persons, in Rio de Janeiro, on September, 2006. The professionals consult the site as a support to refine and in the search and construction of subjects and characters, besides looking for behavior tendency. The monograph also presents the repercussion generated by the notice of the accident in Orkut and how the discussion that happened in the site provided more topics that make the continuation of the reportages about the questions related to the death causes of the five young persons possible. The study also shows an actual journalism concerned with the exercise of citizenship and the conscientious of the readers in respect of the society problems, in this case, the combination of alcoholism and driving. At last, the work considers the ambiguous relation between journalism and Orkut. Newspapers alternate between giving faith to the site – using information published in it – and pointing it as place that contains illegality and sometimes false content.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 A RELAÇÃO ENTRE A INTERNET E O JORNALISMO: A WEB COMO FERRAMENTA NA ELABORAÇÃO DE REPORTAGENS	9
2.1 UMA SOCIEDADE CONECTADA	12
2.2 COMUNIDADE VIRTUAL	14
3 A PRESENÇA DA INTERNET E DO ORKUT NO BRASIL	19
4 UM ESTUDO DE CASO: QUANDO O ORKUT SE TORNA FONTE	28
4.1 CARACTERIZAÇÃO DAS VÍTIMAS	29
4.2 “RETROALIMENTAÇÃO” ENTRE O ORKUT E O JORNAL	33
5 AS RELAÇÕES ENTRE O JORNAL E O ORKUT: O JOGO ENTRE CREDIBILIDADE E DESCONFIANÇA	37
6 UM JORNALISMO VOLTADO PARA O EXERCÍCIO DA CIDADANIA	41
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	49
8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	51
9 ANEXOS	57

1 INTRODUÇÃO

O *site* de relacionamentos Orkut tornou-se um grande sucesso no Brasil desde a sua criação, em 2004. Por causa da participação dos brasileiros, que colocam o país em primeiro lugar em número de membros da rede social, o Orkut passou a ser considerado um banco de dados por acadêmicos, pesquisadores e também por jornalistas. Os repórteres começaram a buscar no *site* informações sobre os entrevistados, os personagens das reportagens, perfilados, vítimas e até sobre a popularidade de produtos, artistas e programas de televisão, por exemplo.

Para analisar o uso do Orkut como fonte, prática que está sendo repetida em diversos jornais do país, foi escolhida uma série de reportagens, publicadas no jornal carioca O Globo, sobre um acidente de automóvel, que aconteceu às margens da Lagoa Rodrigo de Freitas, no Rio de Janeiro, em setembro de 2006, e levou cinco jovens à morte. Optou-se por essa cobertura porque as notícias sobre a tragédia foram, das reportagens recentes, umas das que mais exploraram as informações contidas no Orkut e na qual o uso do *site* como fonte ficou mais evidente. A notícia sobre o acidente e as reportagens que dela decorreram utilizaram os dados da rede social de diferentes maneiras: para caracterizar as vítimas, mostrar a comoção da sociedade em torno da tragédia, apresentar o debate que acontecia na rede com relação à educação para o trânsito e até denunciar o Orkut como um espaço que permite a apologia ao consumo exacerbado de bebidas alcoólicas por menores.

A partir dos conceitos de rede, de comunidade virtual e de identidade, elaborados pelo sociólogo espanhol Manuel Castells, o trabalho examina o Orkut e o que ele representa na sociedade brasileira. Com o estudo de caso da cobertura do jornal O Globo sobre o acidente na Lagoa, em 2006, a monografia aponta como as informações do *site* de relacionamentos foram utilizadas como fonte primária pelos jornalistas. Para o estudo, foi feita uma pesquisa das reportagens sobre o fato no arquivo digital do jornal. As notícias selecionadas para este trabalho se encontram em anexo.

A monografia também problematiza algumas questões relacionadas ao uso de informações contidas na página, principalmente no que diz respeito à credibilidade desses dados. Para fundamentar o estudo e melhor entender o *site*, também se consultou diversos trabalhos produzidos em outras universidades do país sobre o fenômeno Orkut e sobre o uso da internet como uma nova ferramenta de apuração.

Um outro aspecto observado no estudo de caso foi como a discussão que surgiu no site sobre o acidente, muito por causa da excessiva cobertura da tragédia, acabou por gerar mais notícias para o jornal, provocando uma espécie de retroalimentação.

As repórteres do jornal O Globo Ediane Merola e Júlia Motta, que participaram da cobertura do acidente, foram entrevistadas sobre a utilização do Orkut para auxiliar na elaboração das reportagens, e opinaram a respeito do uso do *site* como fonte. A íntegra das entrevistas está em anexo.

No primeiro capítulo, há um breve histórico da internet. Aborda-se, ainda, a relação da web com o jornalismo: como a internet modificou a maneira de se produzir notícias e como se torna fonte para as reportagens. De maneira sucinta, são desenvolvidos os conceitos de rede, identidade, sociedade da informação e comunidades virtuais.

O segundo capítulo descreve o Orkut, mostra a expressividade do *site* de relacionamentos no Brasil e no mundo e o que participar dessa rede significa para os brasileiros. A seção também traz números da internet no país, que mesmo com tão poucos usuários conectados à rede em relação à população total, tem o maior tempo médio de navegação residencial do mundo: 23 horas e 30 minutos por mês, um novo recorde no uso da rede.

O estudo de caso, propriamente dito, começa no capítulo três. O trabalho analisa o uso do Orkut para caracterizar as vítimas e mostrar a discussão gerada pelo acidente na rede, e como as informações apareceram nas reportagens. Além de apresentar a influência que as reportagens tiveram no Orkut e o quanto o debate que acontecia no *site* proporcionou mais pautas para o jornal.

O quarto capítulo aborda a dualidade do Orkut quando tratado como fonte. Os jornais publicam diversas reportagens apontando a página como um espaço onde acontecem crimes e onde se faz apologia a atos ilegais e, ao mesmo tempo, utiliza o *site* como banco de dados para a elaboração de notícias.

Por último, a monografia compara a cobertura sobre o acidente com o jornalismo público, uma nova corrente da profissão que surgiu nos Estados Unidos, na década de 1990. O Globo não segue esta tendência, mas algumas reportagens do caso estudado por este trabalho apresentam características semelhantes ao que é praticado pelo jornalismo público. A cobertura de O Globo se mostrou preocupada em conscientizar os leitores a respeito das políticas de educação para o trânsito, um problema da sociedade.

2 A RELAÇÃO ENTRE A INTERNET E O JORNALISMO: A WEB COMO FERRAMENTA NA ELABORAÇÃO DE REPORTAGENS

O jornalismo foi bastante reformulado após a introdução do computador nas redações. A princípio, a novidade tinha a simples função de um editor de textos, substituindo a máquina de escrever. Hoje, o computador já participa de todas as etapas de produção de um jornal, desde a elaboração da pauta, passando pela diagramação, edição e participação dos processos de impressão.

A chegada da internet às empresas jornalísticas também provocou mudanças na feitura das notícias e na maneira como elas são divulgadas. Além de abrigar milhões de informações disponíveis 24 horas por dias – o que possibilita o acesso a diversos conteúdos pertinentes às reportagens em andamento, a internet oferece a possibilidade de um jornalista publicar seus artigos em tempo real.

Desenvolvida pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos como uma espécie de arquitetura de rede descentralizada, a internet surgiu na década de 1960 para impedir a invasão do sistema de comunicação americano pelos soviéticos. No entanto, a criação se expandiu e ultrapassou o universo militar, chegou aos cientistas e ganhou o mundo a partir de 1980. Nas décadas de 1980 e 1990, apareceram os primeiros computadores conectados à internet nas principais empresas jornalísticas do mundo. O público, em geral, também começou a conhecer e a ter acesso à rede neste período.

Seja incorporando tecnologias que não foram produzidas para o jornalismo como aquelas que são desenvolvidas especialmente para ele, todas as tecnologias introduzidas no processo do fazer jornalístico produziram seu devido impacto. Porém, a chegada dos bites e bytes através do computador revolucionou todo o processo, como nunca havia acontecido. (PENA, 2007, p.4)

O principal reflexo provocado pelo uso dos computadores e da internet pelas redações é uma mudança no fazer jornalístico. A máquina e as informações disponíveis na web ampliaram a possibilidade de obtenção de dados valiosos pelos repórteres, incluindo os de organismo oficiais. A velocidade de processamento dos dados também aumentou com a introdução de *softwares*. Mesmo que alguns veículos e profissionais ainda não tenham se adaptado às novas

tecnologias, uma coisa é certa: atualmente, as formas de coletar informações e de divulgar notícias passam pelo computador e pela web, e cedo ou tarde todos estarão trabalhando desta forma.

O jornalista moderno, além de acumular o *know-how* tradicional, necessário para o desempenho da profissão, precisa também estar devidamente preparado para dominar a adequação da informação no meio digital. (...) O profissional de jornalismo, que com certeza trabalhará de alguma forma com a Internet, precisa desenvolver uma visão bem abrangente da Rede. É imprescindível que ele compreenda-a com maior profundidade, além do usuário comum, o telespectador da novela das oito. O novo profissional de jornalismo, para agregar diferencial competitivo, precisa dominar o meio digital. (VILLELA In: CALDAS, 2002, p. 162 e 168)

Para desenvolver uma visão abrangente da internet – a ponto de se poder analisar o uso de um *site* de relacionamentos como o Orkut – é importante entender como ela surgiu e o que representa para a sociedade em geral e para a comunicação mais especificamente. Para tanto, é preciso recorrer, primeiramente, à definição de internet proposta por Silva Junior:

Do ponto de vista técnico, a Internet é a rede mundial que comporta uma série de protocolos que possibilitam de uma forma geral a comunicação de dados. Na verdade, a Internet se constitui numa rede de redes, que se configura, a partir de meados dos anos 90, como o principal ambiente global da CMC [Comunicação Mediada por Computadores]. (SILVA JUNIOR, 2000, p. 200-201)

A história da internet começa na década de 1960 com a Arpanet (Advanced Research Projects Agency), agência americana que desenvolvia tecnologia para as forças armadas dos Estados Unidos. A Arpanet criou um sistema capaz de assegurar a troca de informações governamentais mesmo em caso dos Estados Unidos serem atacados com armas nucleares. A nova tecnologia se baseou na comunicação por troca de pacotes, de modo que as mensagens procurassem suas próprias rotas ao longo da rede e pudessem ser remontadas em qualquer ponto, sem perdas. No início, a teia era composta por apenas quatro universidades, interconectadas entre si. Já no começo dos anos 1970, a Arpanet contava com 15 nós, isto é, pontos ligados uns aos outros. Neste período, surge ainda o correio eletrônico (*eletronic mail*), mais conhecido como *e-mail*.

Com o crescimento da Arpanet, o limite dado pelo protocolo em uso para troca de informações ficou obsoleto, e foi substituído pelo TCP/IP em 1974, padrão usado até hoje. O

novo protocolo aumentou a capacidade de conexões. Por ser mais flexível, se adaptou a diversos suportes de transmissão: por telefonia analógica ou digital, fibra ótica, ondas de rádio, raio laser, microondas, e eletricidade, por exemplo. Além disso, o TCP/IP permite a codificação e decodificação da mensagem, o que torna a comunicação, teoricamente, mais segura.

Em 1984, a Arpanet, passa a ser mantida por um órgão independente do governo americano, o NSF. Nesta mesma época, além da criação do computador pessoal pela IBM, também surge o protocolo SLIP (Serial Line Internet Protocol), que tinha a vantagem de permitir o acesso a endereços IP's da rede a partir de uma linha discada (SILVA JUNIOR, 2000, p.203).

O advento da computação pessoal e a comunicabilidade das redes incentivou a criação dos sistemas de quadros de avisos (bulletin board systems – BBS), primeiro nos Estados Unidos e depois no mundo inteiro. Os BBS não precisavam das redes sofisticadas de computadores, só de PCs, *modems* e linha telefônica. Assim, tornaram-se os fóruns eletrônicos de todos os tipos de interesse e afinidades, criando o que Howard Rheingol chamava de “comunidades virtuais.” (CASTELLS, 2005, p.87)

A Arpanet expandiu-se absurdamente depois que redes menores, centros de pesquisas, empresas e cidadãos comuns puderam conectar-se. Tanto que, em 1987, começa a operar o America Online (AOL). À época, o AOL era o maior dos serviços de dados para consumidores disponível para usuários de computadores pessoais. Na passagem para os anos 90, a Arpanet se transformou em Milnet, para uso militar, e NSFNET, para pesquisadores.

Um dos principais fatores que contribuíram para o crescimento da internet foi a invenção da *world wide web* (www) que organizava o teor dos sítios por informação e não por localização, facilitando a pesquisa. A www, ou web, foi criada por um grupo de pesquisadores do CERN, Centre Européen pour la Recherche Nucleaire, chefiado por Tim Beners Lee e Rober Cailliau. na Suíça, em 1989. Baseado no sistema de hipertexto imaginado por Ted Nelson, o CERN desenvolveu um formato para este tipo de documento: a linguagem de marcação de hipertexto (*hypertext markup language* – HTML), e um protocolo de transferência de hipertexto (*hypertext transfer protocol* – HTTP). O objetivo era adaptar a linguagem ao protocolo TCP/IP e orientar a comunicação entre programas navegadores e servidores da web. O CERN também configurou um formato padronizado de endereços: o localizador uniforme de recursos (*uniform resource locator* – URL).

A partir do surgimento dessas novas tecnologias, começaram a aparecer e a se multiplicar na Internet os *sites* pessoais, institucionais, empresariais, educacionais, comerciais etc. A comercialização de navegadores e o desenvolvimento de linguagens como Java e Javascript, além da conexão em banda larga, somaram para que a internet se popularizasse e se tornasse acessível aos usuários comuns.

No Brasil, a internet chegou em 1988, graças a esforços governamentais. Em 1989, foi criada a Rede Nacional de Pesquisa (RNP), uma rede acadêmica, com o apoio do Ministério de Ciência e Tecnologia. Em 1995, a Embratel começou a comercializar o serviço de conexão à rede mundial de computadores.

Segundo pesquisa mensal realizada pela agência inglesa Netcraft em setembro de 2007¹, existem 135 milhões de *sites* disponíveis na internet. No ano passado, o Brasil contava com 1,3 milhões de páginas cadastradas com o domínio *.br*, o que representa um aumento de 28% em relação ao ano de 2005². Este número coloca o país em nono lugar mundial em quantidade de sítios registrados por nação.

2.1 UMA SOCIEDADE CONECTADA

Muito se fala em rede quando o assunto é internet – uma rede de redes – de acordo com Silva Junior. Conforme explica Castells (2005, p.566), uma rede é um conjunto de nós interconectados. E nó é o ponto no qual uma curva se entrecorta. O sociólogo espanhol dá um exemplo de rede: os mercados de bolsas de valores e suas centrais de serviços auxiliares avançados na rede dos fluxos financeiros globais. Numa rede, a distância entre dois pontos é menor se ambos forem nós de uma teia do que se não pertencessem à mesma estrutura.

Redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmo códigos de comunicação (por exemplo, valores ou objetivos de desempenho). Uma estrutura social com base em redes é um

¹ Disponível em: http://news.netcraft.com/archives/web_server_survey.html. Acesso: 06/10/07.

² Dados do Dossiê sobre a indústria de domínios na internet, volume 4, edição 1, abril de 2007, feito pela empresa Verisign. Disponível em: <http://www.verisign.com.br/static/037988.pdf>. Acesso: 06/10/07.

sistema aberto altamente dinâmico suscetível de inovação sem ameaças ao seu equilíbrio. (CASTELLS, 2005, p.566)

Para Castells, as redes constituem a nova morfologia das sociedades. Em outros tempos e espaços já existiram formas de organização social em redes, mas o sociólogo defende que o novo paradigma da tecnologia da informação fornece a base material para a sua expansão em toda a estrutura social. Por isso, ele denominou a atual sociedade de “sociedade em rede”, um grupo de pessoas bastante conectado através dos meios de comunicação, como a internet. É a era da informação. “As redes interativas de computadores estão crescendo exponencialmente, criando novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldadas por ela.” (CASTELLS, 2005, p.40)

Porém, a rede de computadores não caminha por si só. Por trás dela, há as pessoas que controlam e usam cada máquina. Por isso, alguns teóricos, como Wellman, afirmam que a rede é composta por pessoas porque conectam indivíduos entre si. “Quando as redes de comunicação mediada por computador conectam pessoas, instituições e conhecimento, elas são redes de suporte social por computador.” (WELLMAN *apud* RECUERO, 2004, p.3)

Como destacou Wellman, a internet é uma teia que conecta mais do que computadores. A web é capaz de reunir uma quantidade enorme de pessoas ao redor do planeta no mesmo instante. Elas podem se comunicar em tempo real e absorver ou publicar informações em diversas plataformas: textos, sons ou imagens. Por causa desse fluxo de informações, essa rede mundial também é uma teia de dados digitais, armazenados ou em constante movimento, permanentemente sendo distribuídos dentro da rede de micros para uma rede de pessoas. (VILLELA In: CALDAS, 2002, p. 170)

Um estudo recente diz que apenas 40% da *Web* é comercial. O restante é movido pela paixão e energia de pessoas anônimas. E alguém ainda duvida que essa é uma rede de pessoas? Que por mais bilhões de dólares que se gaste, quem irá sempre comandar e manter esse mundo tão especial e imprevisível são os seres humanos e a paixão que os movimenta. (PEDREIRA In: NICOLACI-DACOSTA, 2006)

2.2 COMUNIDADE VIRTUAL

As pessoas sempre se organizaram em comunidades de acordo com laços de parentescos, proximidade geográfica, traços de identificação e interesses culturais comuns. Há indivíduos que se reúnem em torno de uma religião, outros que se encontram com quem tenha as mesmas posições políticas, e ainda, aqueles que compartilham o gosto pelos filmes de ficção científica, por exemplo. O pesquisador Barry Wellman elaborou uma definição de comunidade que é aplicável a qualquer época e lugar e especialmente pertinente ao século XXI: “Comunidades são redes de laços interpessoais que proporcionam sociabilidade, apoio, informação, um senso de integração e identidade social.” (CASTELLS, 2003, p.106)

É natural do ser humano procurar por semelhantes e por quem tenha gostos parecidos aos seus para que se sinta seguro e integrado à sociedade. As comunidades reais, físicas ou locais são uma das muitas maneiras de criar ou manter contato com os amigos e com pessoas que guardam preferências afins, isto é, criar ou manter uma rede social. Com o advento da internet, surgiram novas formas de interação e maneiras diferentes de se formar comunidades. A web aparece como mais uma alternativa para as pessoas se organizarem em torno de interesses comuns, independentemente do local onde moram.

As primeiras comunidades on-line surgiram na década de 1970, na área da Baía de São Francisco, nos Estados Unidos, com o objetivo de fazer experimentos em comunicação por meio de computadores. No mesmo local, em 1985, Stewart Brand inicia o WELL, um dos mais inovadores entre os primeiros sistemas de conferência. Atualmente, as comunidades virtuais se expandiram pela internet, tanto em tamanho quanto em alcance, e são extremamente diversificadas. Quem quiser e estiver conectado à rede pode divulgar suas idéias e, em torno delas, reunir pessoas de qualquer parte do globo.

De acordo com Castells (2005, p.445), as comunidades virtuais são redes sociais interpessoais, em sua maioria baseadas em laços fracos, “diversificadíssimas e especializadíssimas”, também capazes de gerar reciprocidade e apoio por intermédio da dinâmica da interação sustentada. Os vínculos nas comunidades são tanto especializados e diversificados quanto amplos e solidários. As pessoas têm interesses multidimensionais, por isso, com o passar do tempo, algumas redes que começam baseadas em um assunto específico ou instrumental acabam oferecendo apoio pessoal, material e até afetivo.

As redes pessoais são formadas por laços fortes e fracos, isto é, as interações interpessoais vão desde poucos amigos íntimos até centenas de conhecidos, ou amigos de amigos, indivíduos com os quais se mantém pouquíssimo ou nenhum contato. Segundo Castells, a internet é especialmente apropriada para a geração de laços fracos múltiplos, inclusive com desconhecidos. A interação on-line se baseia num modelo mais igualitário, em que as características sociais não influenciam tanto quanto nas comunidades físicas. Esse fato expande a sociabilidade entre as pessoas na Rede, apesar de estudiosos, pesquisadores e a própria mídia defenderem que a sociedade caminha para a individualização.

Parece que as comunidades virtuais são mais fortes do que os observadores em geral acreditam. Existem indícios substanciais de solidariedade recíproca na Rede, mesmo entre usuários com laços fracos entre si. De fato, a comunicação *on-line* incentiva discussões desinibidas, permitindo assim a sinceridade. (CASTELLS, 2005, p. 445)

Estudos de Wellman e seus colaboradores indicam que, em algumas redes, o uso mais intenso da internet leva a mais vínculos sociais, inclusive físicos. Num mundo tecnologicamente desenvolvido, a interação na rede favorece a expansão e a intensidade dos laços fracos, aumentando a sociabilidade.

As comunidades virtuais têm duas características fundamentais (CASTELLS, 2003, p.48): a primeira é o valor da comunicação horizontal, com livre expressão, que contorna burocracias e censuras, e é compartilhada por todos os usuários desde o começo da internet. A segunda é a possibilidade de todo e qualquer indivíduo encontrar seu destino na web ou de criar e divulgar sua própria informação, iniciando uma nova rede. De acordo com uma lista elaborada pela Wikipédia, enciclopédia colaborativa on-line, há 116 redes sociais na internet, sendo as mais populares MySpace, Facebook, Friendster e Orkut.³

(...) A fonte comunitária da Internet a caracteriza de fato como um meio tecnológico para a comunicação horizontal e uma nova forma de livre expressão. Assenta também as bases para a formação autônoma de redes como instrumento de organização, ação coletiva e construção de significado. (CASTELLS, 2003, p.49)

³ Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_de_redes_sociais. Acesso: 27/08/2007.

No entanto, a sociabilidade por meio da internet também permite a representação de papéis. Um indivíduo pode se comunicar com outro sem revelar quem ele é, esconder traços de sua personalidade, ou até mesmo fingir ser outra pessoa. Ferramentas como chats, conferências, listas de discussão e comunidades possibilitam que o usuário se apresente com uma identidade⁴ diferente. Essa atitude foi bastante comum assim que a internet se tornou popular, porque proporcionou uma nova maneira de interagir e de desenvolver práticas sociais. Na rede, as pessoas encontraram a oportunidade de viver suas fantasias sem serem identificadas.

Um sistema de redes em rápida expansão, conhecido coletivamente por internet, liga milhões de pessoas em novos espaços que estão a alterar a forma como pensamos, a natureza da nossa sexualidade, a organização das nossas comunidades e até mesmo a nossa identidade. (TURKLE, 1997, p. 11)

No ciberespaço é possível conversar, debater e adotar identidades fictícias, criadas pelo próprio sujeito. As pessoas podem construir comunidades virtuais junto com indivíduos de diversas partes do mundo, com quem se dialogaria com frequência e se estabeleceriam relações bastante íntimas. Segundo Turkle, é na internet que as confrontações com os aspectos da tecnologia que ferem a concepção de identidade humana são mais visíveis. Nas comunidades em tempo real do ciberespaço, as pessoas se encontram no limiar entre o real e o virtual. Inseguros nessa posição, os sujeitos inventam a si mesmos.⁵

No mundo on line, a personalidade flexível e elástica dá lugar à multiplicidade. No virtual, somos números, verbos, códigos binários, somos imaterial, por isso podemos ser vários. Quando determinada identidade não é mais desejada, basta excluí-la e assumir uma nova. (OIKAWA, 2007, p.9)

A possibilidade de ser vários, somada à construção de uma imagem do que se deseja ser, ganham dimensões diferentes no mundo virtual, onde não existe limite físico. Segundo Oikawa, no ciberespaço, o usuário é um ser virtual, um espectro que pode ganhar as dimensões

⁴ Usarei o termo identidade baseada no conceito desenvolvido por Castells: Por identidade, entendo o processo pelo qual um ator social se reconhece e constrói significado principalmente com base em determinado atributo cultural ou conjunto de atributos, a ponto de excluir em referência mais ampla a outras estruturas sociais (CASTELLS, 2005, p. 57-8)

⁵ A construção de identidades na internet só pode ser entendida num contexto mais amplo. Com a passagem da modernidade para a contemporaneidade, as fronteiras que forneciam os parâmetros a partir dos quais o homem experimentava o mundo e a si mesmo foram erodidas. A separação entre real e virtual, animado e inanimado, eu unitário e eu múltiplo etc. estão mais tênues. A presença da tecnologia influencia a percepção das pessoas com relação a si e a sociedade. A internet é uma das novas tecnologias responsáveis por essa mudança na visão de mundo.

que quiser e, até que alguém prove o contrário, um indivíduo é na internet exatamente aquilo que diz ser.

Turkle, porém, argumenta que as pessoas que vivem vidas paralelas na web são limitadas pelos desejos, a dor e a mortalidade de sua vida real. De maneira semelhante, Nancy Baym, estudiosa do comportamento de comunidades on-line, defende que os usuários criam personalidades compatíveis com suas identidades *offline*. De acordo com Castells, a representação de papéis aparece como uma proporção minúscula da sociabilidade na rede. Para ele, esse tipo de prática se relaciona a adolescentes, que estão na fase de descobrir sua personalidade e por isso assumem novas características, a fim de encontrar quem realmente são e do que gostam. A construção de identidades é uma experiência social válida, mas não constitui um contingente significativo na relação interpessoal pela internet hoje.

Como já foi visto, a popularização da internet também influenciou o modo como os repórteres trabalham. A forma de coletar notícias está se aperfeiçoando. Os jornalistas já usam o computador para fazer entrevistas por *e-mail*, pesquisar informações pela internet e analisar dados com softwares especializados.

Segundo Elias Machado Gonçalves, as redes são uma espécie de ferramenta para nutrir os jornalistas das organizações convencionais com conteúdos complementares aos coletados pelos métodos tradicionais. Ele defende que o futuro dos projetos jornalísticos empreendidos no suporte digital depende da adoção de técnicas de pesquisa e apuração adequadas ao jornalismo praticado nas redes telemáticas. Para Machado, o ciberespaço pode ser usado como fonte pelos jornalistas, mas ele percebe que o computador continua ocupando funções secundárias nas atividades cotidianas de apuração.

Um diagnóstico do sistema de produção do jornalismo nas sociedades contemporâneas revela a existência de dois tipos diferentes de uso das redes telemáticas. No primeiro, as redes são concebidas como ferramenta auxiliar para a elaboração de conteúdos para os meios clássicos, ainda abastecidos com métodos clássicos de coleta de dados, enquanto que, no segundo, todas as etapas do sistema jornalístico de produção - desde a pesquisa e apuração até a circulação dos conteúdos - estão circunscritas as fronteiras do ciberespaço. (GONÇALVES, 2002, p. 4)

De acordo com Gonçalves, o jornalista pode contar com os recursos de programas para cálculos complexos, programas estatísticos para análises de dados extensos e programas para

construção de arquivos próprios, capazes de contextualizar os fatos e identificar tendências futuras, para elaborar reportagens. Além disso, o repórter que já se preparava para acompanhar um fato ou entrevista pesquisando informações em arquivos impressos, pode hoje consultar bancos de dados eletrônicos e até a internet.

O uso dos computadores facilita bastante o trabalho de coleta de dados dos repórteres. Assim, não têm mais que ir à sede da Prefeitura para conferir a taxa dos recolhimentos que estão sendo pagos, encontrar os dados sobre eleitores inscritos no Tribunal Eleitoral, procurar pessoalmente por informações no Departamento de Veículos ou deslocar-se até o Departamento de Polícia para saber sobre as estatísticas dos crimes, por exemplo. Da mesma forma, os repórteres também não precisam mais ficar na dependência das difíceis e furtivas fontes de informação sobre a máquina burocrática. Nos EUA, a maioria destes dados pode ser facilmente obtida com um computador e um modem. (SQUIRRA *apud* LIMA JUNIOR, 2007, p.11)

É notório que a estrutura descentralizada do ciberespaço complica o encontro de fontes e páginas confiáveis. Todavia, a multiplicação das informações nas páginas individuais, nos bancos de dados públicos e nas redes de circulação de notícias aumenta a chance de ocorrer um deslocamento do lugar das fontes da esfera oficial ou oficiosa para o domínio público, estimulando a diversificação. Na era da internet, até o usuário comum pode ser uma fonte.

Informação de qualidade, fiável e credível coexiste com grandes quantidades de informação falsa ou pouco rigorosa. A informação online é uma mistura e deve ser tratada da mesma forma que os jornalistas tratam outra informação que encontram no decorrer da reportagem. A boa e a fiável edição e filtragem da informação tornam-se ainda mais importante na Web, onde qualquer usuário pode publicar qualquer coisa fazendo-a parecer substancial. (BASTOS *apud* LIMA JUNIOR, 2007, p.13)

3 A PRESENÇA DA INTERNET E DO ORKUT NO BRASIL

O *site* de relacionamentos Orkut é uma rede social virtual filiada ao Google, criada em 19 de janeiro de 2004, nos Estados Unidos, com o objetivo de ajudar seus membros a criar novas amizades e manter relacionamentos. O nome “Orkut” tem sua origem no projetista chefe do *site*, o turco Orkut Büyükkökten, engenheiro do Google e ex-aluno da Universidade de Stanford. O *site* traz a seguinte definição em sua página inicial:

Orkut é uma comunidade on-line criada para tornar a sua vida social e a de seus amigos mais ativa e estimulante. A rede social do orkut pode ajudá-lo a manter contato com seus amigos atuais por meio de fotos e mensagens, e a conhecer mais pessoas. (...) Nossa missão é ajudá-lo a criar uma rede de amigos mais íntimos e chegados. Esperamos que em breve você esteja curtindo mais a sua vida social.⁶

A ferramenta de *social networking* tem 52 milhões de usuários cadastrados no mundo inteiro, de acordo com dados da comunidade Orkut Statistics⁷, referentes a maio de 2007 (V. *gráfico 1*). A maioria dos membros, 59,41%, é composta por jovens entre 18 e 25 anos de idade, conforme informações do Wikipédia, enciclopédia colaborativa online⁸. Uma pesquisa mundial realizada pela consultoria comScore⁹ com dois milhões de internautas acima de 15 anos, em 2006, aponta o Orkut como o quinto *site* de relacionamentos com o maior número de visitantes únicos¹⁰. O *site* contou com cerca de 24,12 milhões de visitas em junho de 2007, um aumento de 78% em relação ao mesmo período do ano anterior. Em primeiro lugar no estudo da comScore, aparece o *site* de relacionamentos MySpace, que teve 114 milhões de visitantes. No ranking por continentes, o Orkut figura como o preferido na América Latina, com 48% de audiência.

⁶ Disponível em <http://www.orkut.com/About.aspx>. Acesso: 10/08/2007.

⁷ Disponível em <http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=34264&tid=2531234582148064457>. Acesso: 10/08/2007.

⁸ Dados de 30 de junho de 2007. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Orkut>. Acesso: 10/08/2007.

⁹ Disponível em <http://www.comscore.com/press/release.asp?press=1555>. Acesso: 10/08/2007.

¹⁰ Visitantes únicos: número de visitantes que acessa a um *website* num determinado período de tempo, a partir de uma morada IP única.

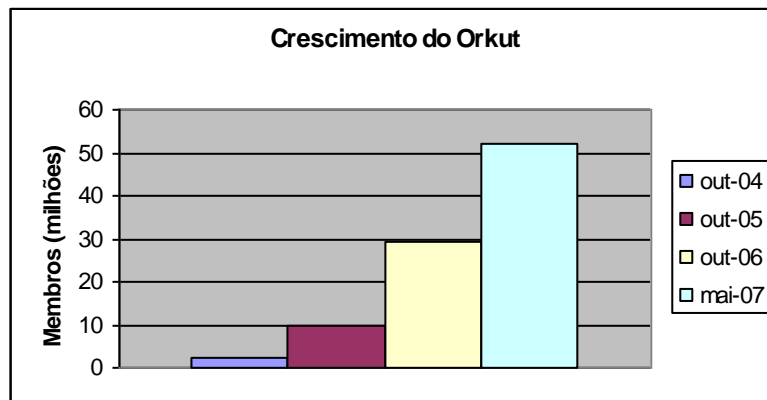


Gráfico 1

O *site* começou a fazer sucesso no Brasil já em 2004, ano de lançamento, mesmo com toda a interface em língua inglesa. Atualmente, o país ostenta o maior número de membros cadastrados, à frente dos Estados Unidos e da Índia. Os números do Brasil no Orkut contrastam com a realidade da internet no país, onde há 27,8% de internautas e 19,6% de domicílios com computador, sendo que somente 14,49% das casas têm acesso à rede¹¹. Apesar disso, a comunidade Orkut Statistics registrou, em maio de 2007, que mais de 55% dos usuários do *social network* se declaravam brasileiros, enquanto americanos e indianos somavam, respectivamente, 19% e 15% dos membros. A grande quantidade de brasileiros no Orkut levou o *site* a disponibilizar uma versão em língua portuguesa no primeiro semestre de 2005. Com a mudança, a página chegou a alcançar a marca de 76% de perfis que se declaravam nascidos no Brasil em setembro de 2005, a maior participação do país até hoje.

¹¹ Dados da Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil – TIC DOMICÍLIOS, realizada entre os meses de julho e agosto de 2006, em todo o território nacional, pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil.

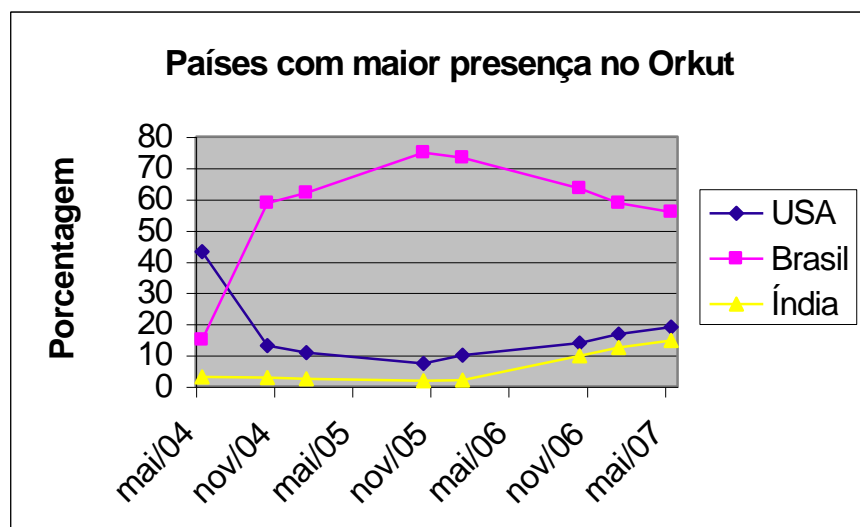


Gráfico 2

O *website* Alexa, que registra a popularidade de páginas de internet no mundo inteiro, confirma o sucesso do Orkut no Brasil. O *site* de relacionamentos aparece como o endereço mais visitado no país, em agosto de 2007¹². Em segundo e terceiro lugares estão Google e Microsoft Network (MSN). O ranking foi feito com base em pesquisa por amostragem, consultando pessoas do mundo inteiro. Por dia, o Orkut recebe uma média de 3,3% dos cliques de internautas de todo o globo. O índice é praticamente o mesmo quando se considera a audiência semanal do *site*, 3,2%. Na listagem geral, o Orkut está em oitavo lugar.

Brasil	Site	Mundo
1º	Orkut	8º
2º	Google	3º
3º	Microsoft Network (MSN)	2º
4º	Universo Online	38º
5º	Yahoo!	1º

Tabela 1

¹² Disponível em http://www.alexasite.com/site/ds/top_sites?cc=BR&ts_mode=country&lang=none. Acesso: 10/08/2007.

Inicialmente, para se tornar membro do Orkut era necessário receber convite. Contudo, a partir do primeiro semestre de 2007, qualquer internauta pode fazer parte da rede, desde que faça uma conta Google, por meio do preenchimento de um cadastro online. Os usuários do Orkut criam um perfil (*profile*) que contém uma foto, ou imagem que o identifique, e uma pequena descrição sobre si mesmo. A página exibe, ainda, idade, local de residência e outras informações pessoais e profissionais, como preferências culturais, características físicas e de personalidade, grau de escolaridade e carreira, além de álbum de fotos e vídeos. É necessário, também, apontar os interesses em fazer parte do *Orkut.com*. As opções são: buscar amizades, namoro e companheiros para atividades, e fazer contatos profissionais.

Cada membro pode adicionar à sua página o perfil de outras pessoas com os quais tem alguma afinidade. Aqueles que são agregados se tornam amigos e podem ser classificados como desconhecido, conhecido, amigo, bom amigo ou melhor amigo. Os membros se comunicam por meio de recados (*scraps*) na própria página de recados (*scrapbook*) do usuário (de forma pública) ou por *e-mail* (de forma privada), também a partir do Orkut. Além disso, é possível conhecer e contactar os amigos dos amigos, o que amplia a rede de contatos dos integrantes. O *website* facilita essa aproximação fazendo um mapeamento que mostra se há pessoas em comum entre dois usuários.

Uma ferramenta chamada depoimento funciona como uma espécie de índice de credibilidade no Orkut. Um amigo pode escrever um testemunho sobre o outro, em geral, do tamanho de um pequeno parágrafo. O texto costuma trazer informações sobre a história dos dois, elogios, provas de amizade etc. Porém, o depoimento está sujeito a aprovação. Se aquele que o recebeu não estiver de acordo com o conteúdo da mensagem, ela pode ser recusada, isto é, a mensagem não será publicada e nenhum outro membro poderá lê-la. Contudo, mesmo sendo pré-aprovado, o depoimento é considerado um atestado de confiança.

O *site* também conta com comunidades, um tipo de fórum onde há troca de opiniões sobre um determinado tema, enquetes e divulgação de eventos para os usuários ou que sejam do interesse deles. Os assuntos abordados são diversos: passam de música e cinema à moda e comportamento. As mais populares são: “Eu odeio acordar cedo”, com mais de 4 milhões de membros, “Eu amo fim de semana”, com 3 milhões, e “Eu amo chocolate”, com 2,5 milhões. Todos os cadastrados no *site* estão aptos a criar uma comunidade. Cada comunidade possui um

moderador que pode aceitar ou não um novo membro, caso seja do tipo fechada. Se for aberta, qualquer um pode participar. Aqueles participantes que cometerem um ato impróprio, estão passíveis de expulsão temporária ou definitiva.

Um fator interessante com relação às comunidades é a informação que agregam ao perfil do usuário. De maneira indireta, o tema das comunidades mostra outros traços da personalidade do indivíduo, o que contribui para a construção de identidades. Por exemplo, se uma pessoa aponta como atividade preferida o banho de mar e participa de uma comunidade chamada “Adoro surf”, pode-se entender que se trata de alguém que acompanha e/ou pratica o esporte. Contudo, o assunto de uma comunidade também pode contradizer o perfil de um membro. Ainda considerando o mesmo exemplo, fazer parte dos que adoram surfar e pertencer, ao mesmo tempo, do grupo dos que odeiam verão, representa uma incoerência.

O Orkut disponibiliza também um sistema eficiente de buscas por amigos e comunidades. Para procurar perfis é possível usar filtros por sexo, local, idade, tipo de relacionamento, interesses, etnia, orientação sexual, visão política, religião, e até por detalhes como se a pessoa fuma ou bebe, gosta de animais de estimação, se tem filhos etc. Na procura por comunidades, há a opção de buscar por grupos de discussão no seu próprio idioma ou em outras línguas.

Em entrevista ao Jornal O Globo, Orkut Büyükkökten atribuiu o sucesso do *site* no Brasil à facilidade no uso da interface da rede criada por ele. Outro fator apontado pelo engenheiro, é a sociabilidade do brasileiro.

Primeiro, a internet é uma tendência cultural no Brasil — os brasileiros a usam muito, em especial suas ferramentas de interação social. Além disso, a interface do Orkut é simples e fácil de usar. Mesmo quando ele ainda era só em inglês (e português foi a primeira língua para o qual o traduzimos), muitos brasileiros já usavam. Além disso, há uma parte demográfica no *site*, onde mostramos as porcentagens de nacionalidades no Orkut. Isso gerou uma grande competição, e os brasileiros queriam ser os primeiros. Quando isso aconteceu, houve celebrações no Rio e em São Paulo. Finalmente, a própria idéia do networking, da rede de relacionamentos, fez a coisa disparar. Muita gente influenciou os amigos e fez questão de que todos estivessem no Orkut. Daí o crescimento avassalador. (BÜYÜKKÖKTEN, 2007)

De acordo com a pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil – TIC DOMICÍLIOS, dentre as atividades realizadas na rede destacam-se

a comunicação, a busca de informações e o lazer, totalizando 78,2%, 75,4% e 70,8%, respectivamente. O Ibope Inteligência em parceria com a Nielsen// NetRatings divulgou que o Brasil conta com 18,5 milhões de usuários de internet¹³, que gastam cerca de 23h30min por mês navegando na web, um novo recorde no uso da rede. O país tem o maior tempo médio de navegação residencial por internauta entre as 10 nações monitoradas pela Nielsen//NetRatings. Os Estados Unidos aparecem em segundo lugar, com um índice de 19h52min/mês, enquanto o Japão, em terceiro, tem 18h41min/mês.

De acordo com notícia divulgada pelo *site* da BBC Brasil, em 25 de julho de 2007¹⁴, uma pesquisa realizada pela MTV Networks e pela Microsoft com jovens entre 14 e 24 anos, em 16 países, indica que os brasileiros têm o maior número de “amigos virtuais”: 46, enquanto a média mundial é 20. O levantamento apontou também que os jovens têm, na média global, 86 contatos em *sites* de relacionamentos, como o Orkut. Estudo realizado pelo Ibope confirma a preferência pelas redes sociais. Segundo a pesquisa, 54% dos pais brasileiros dizem que os filhos usam o computador para acessar páginas de relacionamento¹⁵.

O Orkut é usado pelos jovens como uma espécie de lista de amigos. O *site* reúne informações sobre conhecidos de várias épocas e lugares: amigos de infância, bairro, escola etc, com os respectivos contatos de email e datas de aniversário. O número de perfis a que cada usuário está conectado representa o quanto ele é conhecido e querido, o que, em especial entre os adolescentes brasileiros, serve como *status*.

O *site* de relacionamentos Orkut é referido pelos jovens como “catálogo de amigos”: não surpreende pois, que o prestígio dos sujeitos seja proporcional à sua popularidade e ao número de amigos que constam de sua rede. A princípio, a idéia é que o sujeito “adicionará” como amigos aqueles que fazem parte de seu atual grupo de convivência, reproduzindo uma espécie de maquete sua rede de contatos cotidiana. (...) Ademais, e porque ter muitos amigos é sinal de *status*, não tardou a surgir entre os jovens o hábito de “adicionar”

¹³São considerados usuários as pessoas que utilizaram a web com frequência num período de três meses. Disponível em

http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&nome=home_materia&db=cald&docid=EA89C537A0747B1A8325733D0070B071. Acesso: 10/08/2007.

¹⁴ Disponível em http://www.bbc.co.uk/portuguese/reporterbbc/story/2007/07/070725_jovens_tecnologiarg.shtml. Acesso: 10/08/2007.

¹⁵A pesquisa foi realizada entre os dias 4 e 9 de maio de 2007, com 1.400 pessoas com 16 anos ou mais que possuem telefone em casa. Disponível em:

<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=cald&comp=IBOPE+Opinião&docid=150B68CCBF1803CF832573080052C7D8>. Acesso: 10/0/2007.

desconhecidos como amigos, apenas para engordar o "catálogo" (...) (ALMEIDA In: NICOLACI-DA-COSTA, 2006, p.72-73)

Há membros que parecem colecionar amigos. Uns chegam a ostentar uma lista com mais de 200 contatos, e outros já superaram o número de 500 perfis adicionados. Como a prática de adicionar amigos é limitada, alguns usuários criaram um segundo perfil. É comum encontrar *profiles* com os algarismos ao lado do nome ou com a palavra "lotado". O cantor Leo Jaime, por exemplo, tem nove perfis para acomodar amigos e fãs.



Figura 1

A quantidade de amigos tornou-se uma espécie de competição silenciosa no Brasil, onde os usuários não disputavam entre si abertamente, mas procuravam aumentar a sua rede para que outros membros vissem a sua popularidade, já que o número de amigos aparece entre parênteses ao lado da foto na lista de contatos. Segundo Corrêa, as pessoas no Orkut buscam a notoriedade, elas querem ser vistas pelas outras.

Outro aspecto interessante do Orkut é que as pessoas querem fazer parte dessa rede de amizades virtuais cuja participação está [estava] condicionada ao recebimento de convites, restrição que deve ser [pode ter sido] um dos fatores responsáveis pelo sucesso do *site*. O atrativo, portanto, é fazer parte de um grupo de milhões de seletos convidados, que apenas querem ser vistos e localizados pelos demais membros, por isso alguns dedicam horas e horas para preencher minuciosamente os formulários ou para escolher as melhores imagens para serem exibidas no álbum de fotos. A motivação é se tornar popular, obter visibilidade e se transformar em uma espécie de celebridade, comportamento que praticamente caracteriza uma invasão de privacidade consentida na leitura de Araújo (2005). Essa exposição voluntária [é] impulsionada pelo desejo, pela vontade de querer ser visto e admirado ou até odiado por outros (...) (CORRÊA, 2006, p.8)

Há, ainda, uma concorrência velada no *site* pela quantidade de recados recebidos no *scrapbook*. Muitos usuários comemoraram a marca de mil mensagens recebidas, outros chegaram a fazer contagem regressiva: "rumo aos 1000 *scraps*". O número de recados também é visto na rede como uma referência de quão querido é um membro, por isso a busca por aumentar a página de mensagens. Esta atitude demonstra claramente uma necessidade de auto-afirmação: é como se o jovem precisasse provar para si mesmo que é amado e tem vários amigos que se importam com ele. Ultimamente, a moda é apagar os recados da página com a justificativa de preservar a privacidade. A nova prática, no entanto, serviu para aliviar a pressão sobre aqueles que não são os tão populares no Orkut, pois assim, esses membros se sentem isentos da "competição" e de "ter de provar", a todo o momento, que são pessoas sociáveis.

Um fenômeno que tem sido observado é a criação de *profiles* falsos, apesar de, no momento da inscrição, o usuário concordar com a exigência sobre a veracidade das informações disponibilizadas na página. A prática começou depois que o Orkut instalou um mecanismo que mostra aos usuários os membros que visitaram o seu perfil. Há quem considere os *fakes* uma prova de que o Orkut não é confiável, mas há quem acredite que a atitude é algo comum na internet.

O fato de o *Orkut* ter sido virado do avesso por uma profusão de perfis falsos e usos não autorizados, incluindo atividades ilegais, também não é nada novo: o mesmo aconteceu antes em diversos serviços de comunicação mediada por computador, por vezes dando origem a algumas das mais amplamente conhecidas lendas da cultura da internet. (FRAGOSO, 2006, p.9)

Existe, também, quem entenda que *sites* como o Orkut são positivos. O antropólogo Hermano Vianna acredita que as redes sociais aproximaram os jovens brasileiros e a internet. Em entrevista ao jornal O Globo, divulgada em 27 de agosto de 2007, Vianna defendeu o Orkut e os *sites* de relacionamento.

O Orkut fez um serviço incrível para o que a gente pode chamar de inclusão digital no Brasil. Pessoas de todas as classes sociais passaram a usar. Mostrou a internet para muita gente. (...) A presença maciça dos brasileiros no You Tube e no Orkut mostra que as pessoas querem produzir conteúdo. (VIANNA, 2007)

4 UM ESTUDO DE CASO: QUANDO O ORKUT SE TORNA FONTE

O *site* de relacionamentos Orkut é um banco de dados precioso para quem trabalha com a comunicação social ou pretende estudar o comportamento das pessoas online. Os jornalistas já descobriram o potencial da rede e começaram a explorar o *site* para encontrar informações que possam ajudá-los em suas reportagens. O Orkut, desde o seu surgimento, é quase sempre pauta para a mídia: por si só, pelas pessoas que utilizam o *social network*: aí se incluem os famosos, os investigados pela polícia, as vítimas de violência e acidentes etc; ou pela maneira como o *site* é utilizado: para debater sobre algum tema, fazer apologia às drogas ou a qualquer outro tipo de crime etc.

Focando em especial no Jornalismo, o Orkut tornou-se um ótimo banco de dados. Ele é um verdadeiro reduto de fontes, onde se consegue nomes completos, endereços, profissões, idade e outros dados pessoais. A maior vantagem é que tudo isso está agrupado por interesses. Ele virou realmente um aliado do jornalista, uma vez que, além de poupar tempo nas investigações, já une uma grande massa em pequenas áreas de gostos comuns. (GALLUCCI, 2006, p. 1)

Para exemplificar e discutir o uso da rede social no jornalismo brasileiro, este trabalho selecionou algumas reportagens publicadas em setembro de 2006 pelo Jornal O Globo¹⁶ sobre o acidente de carro ocorrido na Avenida Borges de Medeiros, no Rio de Janeiro, que levou cinco jovens à morte. As vítimas, entre 16 a 22 anos, eram estudantes e moradores da Zona Sul da cidade.

A tragédia aconteceu por volta das 5h30m, quando os jovens voltavam de uma boate, a poucos metros do local do acidente. O automóvel, dirigido por uma das vítimas, vinha em alta velocidade, e após subir no canteiro central da pista, capotou várias vezes. O carro só parou ao bater numa árvore e pegar fogo. Ivan Rocha Guida, de 18 anos, condutor do veículo, Ana Clara Rocha Padilha, de 17, Manoela de Billy da Rocha, de 16, e Felipe Tavares de Azevedo, de 22, morreram na hora. Joana Kuo Chamis, de 17, chegou a ser levada com vida para o hospital, mas não resistiu aos ferimentos.

¹⁶ As reportagens citadas neste estudo de caso estão em anexo.

As reportagens sobre o acidente e seus desdobramentos e consequências foram escolhidas porque se observou que, para relatar este episódio, as informações disponibilizadas no Orkut foram bastante utilizadas para caracterizar as vítimas, tanto no que se refere ao grande número de dados coletados no *site*, quanto no que diz respeito às diferentes maneiras como as informações apareceram no jornal. A prática já tinha sido aplicada na elaboração de outras notícias, mas a reportagem sobre esse acidente, recentemente, foi a que mais explorou as diversas potencialidades do Orkut para um mesmo tema.

A violência da tragédia chocou a sociedade e provocou uma grande comoção nas pessoas, o que também se refletiu no *site* de relacionamentos. Foram muitas mensagens deixadas em solidariedade à família, e várias discussões sobre o acidente e suas causas nos fóruns de comunidades do Orkut. Essa movimentação intensa na rede social não passou em branco para os repórteres, que desde o acidente estavam monitorando a página. Por isso, as novidades e as polêmicas interessantes que surgiram nos *scrapbooks* das vítimas e em algumas comunidades acabaram proporcionando idéias para pautas, assim como as notícias alimentavam ainda mais o debate no *site*.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DAS VÍTIMAS

Na primeira reportagem, a do relato sobre o acidente, propriamente dito – publicada em 4 de setembro de 2006 –, o Orkut foi usado para ajudar a compor o perfil das vítimas. No alto da página de abertura da editoria Rio, o jornal divulgou duas fotografias nas quais apareciam quatro das cinco vítimas. Júlia Motta¹⁷, uma das repórteres que participou da cobertura do acidente, contou que ela própria coletou imagens do álbum de fotos que consta do *profile* dos jovens no *site* de relacionamentos.

A reportagem chegou a citar o Orkut quando caracterizou uma das vítimas, o condutor do veículo, Ivan Rocha Guida. As informações coletadas no *site* diziam respeito a data de aniversário, as atividades que ele fazia, os planos para o futuro e um pequeno trecho sobre a definição do jovem sobre ele mesmo:

¹⁷ A íntegra da entrevista está em anexo.

Ivan faria 19 anos no próximo dia 1º. Morador de Ipanema, era ex-aluno do Andrews e estudou teatro no Tablado. No *site* de relacionamentos Orkut, definia-se como “um rapaz extrovertido e simpático, amante de surf, snowboard e moto”. Em dezembro, viajaria pela segunda vez à Califórnia para fazer o World Study. (MEROLA, 2006, p. 9)

A repórter Júlia Motta explicou que a idéia de buscar informações no *site* partiu da chefe de reportagem do jornal, que pediu um levantamento do perfil dos jovens. Júlia disse que até a sua chegada à redação, cerca de cinco horas após o acidente, sabia-se quase nada sobre as vítimas. A jornalista passou as sete horas de trabalho naquele dia navegando na internet, procurando saber quem era cada um dos cinco jovens, enquanto outros profissionais continuavam a apuração em lugares distintos¹⁸, como o local do acidente, o Instituto Médico Legal etc.:

Minha participação na matéria era exclusivamente levantar o perfil dessas pessoas. Quando encontrei a página de cada um, li o perfil para saber quem eram: se tinham namorado (a), qual era a idade, onde estudavam, onde moravam, se tinha irmãos, como era a família, o que gostavam de fazer (esportes, lazer...). Olhei também as comunidades de que faziam parte.

Além de consultar o Orkut, os jornalistas também ouviram dois amigos e um parente das vítimas para caracterizar os jovens. No entanto, nem sempre é fácil entrevistar pessoas que acabaram de perder um ente querido, e conseguir delas alguma declaração. Segundo a repórter Ediane Merola¹⁹, nesse momento, os amigos não querem falar, ficam de luto e até revoltados. NO entanto, no Orkut, eles contam detalhes da convivência e expressam a saudade que vão sentir.

Júlia Motta foi responsável por contactar pessoas que conhecessem os jovens. Ela chegou a enviar mensagens para aqueles que deixavam *scraps* na página das vítimas e conseguiu algumas entrevistas. Talvez, se ela tivesse conversado pessoalmente com esses amigos, poderia ter voltado à redação sem quaisquer declarações, já que o momento é delicado para os personagens.

¹⁸ O advento da internet e a proliferação de informações na rede auxiliaram bastante a tarefa de apuração dos jornalistas. Atualmente, os repórteres podem se dividir nesta tarefa. Enquanto um repórter pesquisa nos *sites*, outro busca complementar a notícia com dados obtidos nos órgãos competentes e nos locais em que o fato ocorreu. O jornalista e professor de comunicação, Elias Machado Gonçalves, acredita que essa divisão de trabalho resulta em um produto final melhor: “O acompanhamento das experiências de apuração nas redes revela que o produto final apresenta melhores resultados sempre que ocorre uma divisão do trabalho, com cada profissional ficando encarregado de uma parte da apuração.” (GONÇALVES, 2002, p. 13)

¹⁹ A íntegra da entrevista está em anexo.

Logo após o acidente, muitos amigos escreveram recados para as vítimas. Fiz uma mensagem padrão, dizendo que era repórter do Globo e que gostaria de contar com a ajuda deles para saber um pouco mais sobre cada um dos jovens. Alguns dos amigos me responderam numa boa, mas outros me mandaram mensagens me criticando e até me xingando. Claro que não me sentia muito bem fazendo isso, pois estava invadindo a privacidade das pessoas num momento doloroso para elas.

A primeira notícia a fazer referência às comunidades de que os jovens tomavam parte foi a publicada no dia 9 de setembro (PONTES, 2006, p. 15). O texto afirma que as vítimas participavam de uma série de grupos de discussão que fazia apologia ao consumo de bebidas alcoólicas. De acordo com a reportagem, somente Felipe tinha 30 comunidades relacionadas ao tema em sua página, incluindo uma intitulada “Eu já entrei em coma alcoólico”.

No dia 11 de setembro, numa notícia sobre a intenção de o Ministério Público Estadual investigar as comunidades do Orkut que incentivam o uso de bebidas alcoólicas, as cinco vítimas são mencionadas como exemplo de jovens que integram comunidades relacionadas ao consumo de álcool. A reportagem lembra que uma das vítimas era membro de 30 grupos desse tipo, como o “Meu fígado é totalflex” (ENGELBRECHT, 2006, p. 10).

A reportagem do dia 6 de setembro de 2006, que relata as cerimônias de cremação das três jovens e uma homenagem feita ao rapaz que conduzia o veículo, informou que amigos e desconhecidos deixaram muitas mensagens de pêsames direcionadas aos pais no perfil das meninas no Orkut. O texto também contou que as páginas de Ivan e Felipe já haviam sido retiradas do ar (COSTA, 2006, p. 19). Em si, essas informações não são relevantes. Mas, refletem a comoção que o acidente provocou na sociedade carioca, já que até desconhecidos se sensibilizaram com a tragédia e enviaram condolências aos pais dos jovens por meio do *site*.

Segundo a notícia publicada no dia 9 de setembro, o perfil de cada uma das vítimas recebeu de duas mil a quatro mil mensagens de saudades e pêsames. A reportagem descreveu que “em muitos recados deixados nas páginas dos jovens, adolescentes mostravam-se chocados com o acidente. Lembravam dos amigos cheios de vitalidade” (PONTES, 2006, p. 15). O número de recados foi bastante representativo e alcançou essa proporção não só porque o acontecimento foi considerado brutal, mas pelo espaço que o acidente teve na mídia e por causa das discussões envolvendo educação no trânsito que surgiram após a tragédia. O debate em torno do assunto passou a ser um tema da ordem do dia não só para a imprensa como para os cidadãos.

Esta mesma reportagem também enumerou as comunidades criadas no Orkut para homenagear os jovens e/ou para discutir o acidente. De acordo com a notícia, uma das páginas estampava a foto do Honda Civic destruído e, em outra, havia um fórum sobre a presença de menores na boate que as vítimas freqüentavam. O texto, inclusive, reproduziu a opinião do criador da comunidade: “se a lei fosse cumprida, elas [as pessoas que morreram] estariam em casa. Além disso, se os adolescentes não consumissem bebidas alcoólicas, teriam o bom senso de ver que o motorista não estava apto a dirigir.” (PONTES, 2006, p.15)

A notícia informa que os jovens ganharam pelo menos cinco comunidades em sua homenagem. A comunidade “Joana Chamis amiga eterna” foi criada no dia seguinte ao acidente e em três dias já havia reunido 26 membros. O texto menciona a descrição feita pelo grupo na página da internet, que exibia um artigo atribuído a Santo Agostinho sobre a perda de um ente querido. A reportagem também descreve uma outra comunidade, batizada de “Eternamente lindas, saudades”, que homenageia as três meninas. Os jovens foram lembrados, ainda, em uma comunidade que leva o nome das cinco vítimas, com 692 participantes.

Em 17 de setembro, o jornal publicou uma reportagem sobre Ivan Rocha Guida. O objetivo da notícia era compor o perfil do jovem que conduzia o Honda Civic, já que, de acordo com as investigações da polícia e do laudo do Instituto Médico Legal, o rapaz era o provável responsável pelo acidente porque dirigia o veículo em velocidade acima do limite e estava com uma alta concentração de álcool em seu sangue.

O texto descreveu o jovem não só fisicamente, mas também segundo os seus hábitos e atividades preferidas. A reportagem relatou o protesto de amigos de Ivan em duas comunidades do Orkut em homenagem ao jovem: “Ivan, eterno em nossos corações”, com 314 membros, e “Alowa, Ivan” (ROCHA, 2006, p. 26). O texto chegou a reproduzir uma mensagem enviada por uma ex-namorada do rapaz atestando que ele se importava com o bem-estar de todos que estavam ao redor dele. A notícia, que republicou uma foto de Ivan e a namorada retirada da página dele no Orkut, caracterizou o jovem como um namorado à moda antiga e o comparou ao menino do Rio, da canção de Caetano Veloso.

Todos esses dados coletados no Orkut não só caracterizaram cada uma das vítimas, mas conseguiram compor o perfil dos jovens segundo eles mesmos, isto é, em conformidade com o que acreditavam, pensavam, gostavam e deixaram registrados em seus “diários virtuais” para a posteridade. Além disso, as informações deram a dimensão da perda de um jovem não só a partir

da ótica dos pais e familiares. Por meio do *site*, os jornalistas puderam presenciar manifestações de carinho e saudade por parte dos amigos e de pessoas da mesma idade. Uma situação que, em tempos anteriores à internet, seria privada e, provavelmente, nunca teria chegado até as páginas do jornal.

4.2 “RETROALIMENTAÇÃO” ENTRE O ORKUT E O JORNAL

A partir do acidente, a sociedade voltou a discutir um assunto quase sempre presente quando há mortes no trânsito: limite de velocidade, consumo de bebida alcoólica, obrigatoriedade do uso de cinto de segurança, número de vítimas fatais em acidentes etc. Enfim, as políticas de trânsito e de orientação para motoristas voltou à pauta dos jornais e também voltou a fazer parte das preocupações e reivindicações dos cidadãos, principalmente os pais preocupados em novas tragédias envolvendo jovens, possivelmente seus próprios filhos.

Após primeira reportagem sobre a tragédia, o jornal passou a explorar o assunto de outras formas, por meio da publicação de notícias sobre o sepultamento das vítimas, a investigação do acidente, levantamento de estatísticas de acidentes de trânsito no estado do Rio de Janeiro e de denúncias sobre as deficiências do ensino e da gestão da educação para o trânsito. Além disso, deu voz à sociedade, chocada com a tragédia que aconteceu na Lagoa, Zona Sul da cidade do Rio – região onde vive a maior parte dos leitores do periódico. O jornal chegou a publicar a carta de uma jovem que quase sofreu um acidente e depoimentos de familiares de algumas das cinco vítimas do acidente na Lagoa. Um dos testemunhos figurou como a reportagem de abertura da Editoria Rio, acompanhado de fotos. A primeira página de uma editoria é um espaço importante para o jornal e disputadíssimo entre os repórteres. A melhor reportagem do dia, e, teoricamente, a mais significativa para a população, é a que ocupa o chamado “abre”, no jargão jornalístico.

A polêmica “bebida *versus* direção” estava palpitando na sociedade depois da intensa divulgação do acidente pela mídia. As pessoas começaram a debater o tema não só em conversas, mas também na internet, inclusive no Orkut. O fenômeno, claro, não passou despercebido para os

jornalistas, que já estavam monitorando o *site* de relacionamentos desde a morte dos jovens. A reportagem do dia 9 de setembro mostrou que a discussão também havia chegado ao Orkut.

Depois do acidente que matou cinco jovens que tinham acabado de sair de uma boate, discussões sobre a mistura de bebidas alcoólicas e direção tomaram conta das páginas do *site* de relacionamentos Orkut. “Se beber, não dirija” era a frase mais repetida, até mesmo nas comunidades (ambiente para discussão de temas) criadas para exaltar o consumo de cerveja, uísque e cachaça. Em várias comunidades foi colocada uma faixa preta em sinal de luto (PONTES, 2006, p. 15).

O lide da reportagem demonstrou a repercussão que o acidente teve no Orkut. É inegável que toda essa mobilização se deveu ao espaço que a tragédia ocupou na mídia. Só no jornal O Globo, por exemplo, o assunto esteve por vários dias na primeira página e na abertura da editoria Rio. O primeiro parágrafo da notícia do dia 9 também mostrou que os jornalistas seguiam buscando informações no *site* como uma maneira de apresentar outros ângulos do tema, além dos dados oficiais da investigação policial, dos laudos periciais e dos sentimentos dos familiares e amigos.

O fato de o jornal citar as informações do Orkut, de uma certa forma, deixou as suas reportagens mais modernas. A apuração diferente tornou o texto mais informativo sobre as vítimas, o que distinguiu a notícia deste acidente das de outras tragédias semelhantes. Usar um *site* popular entre os leitores como fonte não enfraquece a reportagem, nem dá a ela a aparência de ter sido mal apurada, pelo contrário, a consulta ao Orkut mostra que o jornal é contemporâneo e está atento às maneiras que as pessoas utilizam para se comunicar, se expressar e se representar. É *mister* ressaltar que o conteúdo divulgado no *site* de relacionamentos se refere, muitas vezes, ao que acontece *offline*, isto é, o Orkut reflete fatos que ocorreram no mundo real.

O Orkut poderia ser considerado um sistema aberto na medida em que sofre as influências do meio social existente não só dentro do seu sistema, mas também no mundo offline. A formação de comunidades e os conteúdos dos scraps, na maioria das vezes, referem-se não somente ao que acontece dentro do software, mas pode-se dizer que o que ocorre praticamente na totalidade do sistema é a sua utilização em função dos acontecimentos do mundo físico, fora do plano virtual. Mesmo sendo restrito no fato de que somente quem já está no Orkut pode incluir novos membros, o funcionamento do sistema ocorre em função dos fatos reais, não-virtuais. (AQUINO, 2005, p. 6)

O monitoramento do *site* pelos jornalistas demonstra a importância do Orkut como fonte para o jornal. Se as pessoas não utilizassem o *site* como uma forma de se expressarem a respeito do acidente, certamente o periódico não o teria consultado, e muito menos, citado a página como fonte. A movimentação do *site* em torno da repercussão da tragédia se tornou notícia porque refletiu o debate que a sociedade estava fazendo, inclusive no interior de suas casas, com suas famílias e filhos.

A menção da proliferação de comunidades em homenagem às vítimas, assim como o número de recados enviados ao perfil dos jovens, foi feita pelo jornal como uma maneira de mostrar o quanto as pessoas se sentiram abaladas pela tragédia. A publicação das manifestações no *site*, por sua vez, divulgou a discussão que estava ocorrendo na web, o que fez com que as comunidades do Orkut tivessem maior visibilidade e aumentassem o seu número de membros. É bastante provável que a divulgação por parte da mídia tenha incentivado o crescimento das comunidades. Sendo assim, o aumento voltou a ser repercutido no jornal, como um círculo, uma retroalimentação, que fez com que o tema permanecesse nas páginas dos periódicos enquanto fosse interessante para a sociedade e enquanto a mídia conseguisse despertar nas pessoas a curiosidade para continuarem lendo sobre o assunto.

As comunidades que foram retiradas do ar, igualmente, se tornaram pauta para reportagens. Após a notícia do dia 11 de setembro de 2006, que enumerou alguns grupos que faziam apologia ao consumo de álcool, o Ministério Público passou a investigar a responsabilidade do *site* de relacionamentos. O jornal acompanhou o caso: o embate entre a justiça brasileira e a Google e a retirada de algumas comunidades do Orkut.

A Google Inc. – empresa americana proprietária do *site* de relacionamentos Orkut – informou ontem ao Ministério Público estadual do Rio que retirou do ar mais de 13 comunidades que estimulavam o consumo de bebidas alcoólicas por motoristas. (...) Na semana passada, a Google Inc. já havia retirado do ar a página “Eu sei dirigir bêbado”: uma comunidade que estimulava menores de idade a dirigirem automóveis; cinco que faziam apologia ao furto de sinal de TV por assinatura e três que enaltecem o tráfico de drogas. (BASTOS, 2006, p. 24)

A popularidade e o sucesso do Orkut tornaram o *site* uma fonte primária importante a ser consultada por jornalistas no caso do acidente na Lagoa. O Orkut não dirigia as pautas do jornal naquela cobertura, mas surgiu, e com força, como um espaço em que há informações

consideráveis, e um *site* que deve ser monitorado porque traz novidades que podem ser relevantes para as reportagens diárias. De certa maneira, o Orkut foi assimilado como fonte pela mídia. Uma fonte – que mesmo regida pela lógica da rede, permissiva a falsidades e meias verdades – pode ser usada. A falta de crédito do *site* será abordada no próximo capítulo, mas é importante esclarecer que a proliferação de perfis falsos no Orkut não invalida sua utilização como banco de dados, apenas alerta que na rede, as informações precisam ser confirmadas. “A ‘Internet é um instrumento que desenvolve, mas que não muda os comportamentos; ao contrário, os comportamentos apropriam-se da Internet, amplificam-se e potencializam-se a partir do que são.’” (CASTELLS *apud* ALMEIDA, 2005, p. 9)

A constante citação do Orkut em reportagens deu credibilidade ao *site* e o legitimou como fonte, ainda que frágil ou discutível, mas que não pode ser ignorada devido à parcela da população brasileira que representa e à comunicação instantânea e espontânea que abriga, disponível a todos, inclusive jornalistas.

5 AS RELAÇÕES ENTRE O JORNAL E O ORKUT: O JOGO ENTRE CREDIBILIDADE E DESCONFIANÇA

Para as repórteres Ediane Merola e Júlia Motta, o uso de informações coletadas no Orkut enriquece uma reportagem. Mas, elas ressaltam que é fundamental checar se o perfil é verdadeiro. Ediane Merola acredita que o *site* pode ser considerado uma ferramenta indispensável no jornalismo de hoje.

O Orkut é uma ferramenta indispensável atualmente. Não é 100% confiável. É fundamental checar as informações, ter certeza de que os perfis são verdadeiros. Mas, de um modo geral, ele tornou-se um aliado dos jornalistas. (...) Mas, todo cuidado é pouco. No caso do garoto que morreu na festa Tribe Rio, neste fim de semana [28 out. 2007], botaram um perfil de um outro menino numa comunidade sobre pessoas mortas, só por causa do sobrenome que era o mesmo. E abriram um perfil falso para um outro jovem, morto num acidente de carro no mesmo dia da festa.

A jornalista Júlia Motta acrescenta que o Orkut auxilia não só a compor perfis, mas também a encontrar personagens para as reportagens – trabalho diário e, às vezes, árduo dos profissionais da área.

Acho que o Orkut auxilia nosso trabalho, principalmente, para levantar perfis ou encontrar personagens (quase como uma busca na lista telefônica). Mas é preciso ter cuidado, pois algumas informações podem ser mentirosas. Além disso, é preciso ter cuidado para respeitar o espaço do outro. Embora acredite que quem está no Orkut quer ser visto também. Hoje em dia eu já uso muito menos o Orkut do que no começo (passei a fazer parte do *site* em 2004).

Porém, há quem diga que a validade das informações obtidas no Orkut deve ser questionada. O argumento é que um recado de um amigo terá somente conteúdo positivo, e assim sendo, não serviria para compor uma imagem completa de um perfilado, já que as opiniões recolhidas seriam parciais.

Por outro lado, recorrer ao ciberespaço como fonte pode acarretar distorções (...) Um exemplo disso é a forma recorrente com que alguns repórteres estão utilizando o Orkut, um *site* de relacionamentos da Google, para traçar o perfil dos personagens de suas matérias. Um dos recursos mais usados é o testimonial, onde os amigos do personagem deixam registradas declarações sobre ele. É óbvio que a validade desses testemunhos deve ser questionada. Primeiro porque

são escritos exclusivamente por amigos, familiares ou pessoas próximas. Segundo, porque a declaração só é veiculada se o personagem autorizar. Ou seja, só vamos encontrar uma opinião desfavorável se o sujeito for um masoquista ou gostar do achincalhamento público. (PENA, 2005, p.11 e 12)

É fato que mensagens publicadas mediante autorização só vão apresentar palavras gentis sobre aquele que a recebeu. No entanto, ao se entrevistar amigos de alguém sobre quem se está redigindo uma reportagem, o jornalista também vai ouvir muitas informações favoráveis. De qualquer maneira, utilizando o Orkut para apurar ou seguindo pelo método tradicional de entrevistas pessoais, nada impede que o repórter procure por pessoas que possam contar histórias esquecidas ou escondidas de um perfilado. Uma regra básica do jornalismo é a diversidade de fontes. Uma outra orientação igualmente importante e complementar à primeira é apurar bem, confirmando as informações, o que inclui, também, as obtidas na internet.

Os profissionais formados parecem unânimes quanto à confiabilidade desse *site* de relacionamentos. Para Sammya Araújo, repórter da Rede Anhanguera de Comunicação (RAC), que publica os jornais Correio Popular e Diário do Povo, em Campinas/SP, o Orkut deveria ser melhor aproveitado, principalmente se os jornalistas efetivamente o usassem como fonte de informação e troca de experiências com colegas - entre o pessoal de redação e os de assessoria de imprensa, por exemplo. “Com certeza, não dá para confiar na maior parte do que se lê aqui. É apenas um ‘sinal de fumaça’ que deve ser investigado, como outra fonte qualquer. Eu já usei o Orkut como ferramenta para matérias, mas apenas para localizar pessoas de interesse na ocasião, cujos perfis nos levavam a dados que pudessem enriquecer a informação para o leitor.” (GALLUCCI, 2006, p. 1)

A crítica ao Orkut por causa da falta de credibilidade não se esgota no que diz respeito à proliferação de *profiles* mentirosos. Uma das acusações feitas ao *site* se refere ao fato de que lá, como na internet, em geral, também acontecem crimes. Há espaço para pedofilia, venda de drogas, apologia ao tráfico etc. O próprio jornalismo, muitas vezes, publica reportagens que mostram a face do Orkut que abriga ilegalidades. Isto, de certa forma, põe o jornal numa situação contraditória porque, em um momento, o periódico usa informações do *site* para compor personagens, mostrar a popularidade de algum artista ou alguma novela, por exemplo; e, em um outro momento, o jornal denuncia o Orkut como uma página que é permissiva com conteúdos criminosos e ilegais.

A reportagem intitulada “O elogio da imprudência no Orkut”, publicada no dia 11 de setembro de 2006, no jornal O Globo, apresentou algumas comunidades do *site* que fazem apologia ao consumo de bebidas alcoólicas.

Uma rápida pesquisa no *site* de relacionamento, visitado principalmente por jovens, traz à tona dezenas de páginas com o potencial de influenciar comportamentos perigosos na vida real, afirmam especialistas. Em algumas comunidades, como “Sou menor mas adoro dirigir”, jovens com menos de 18 anos admitem que dirigem (...) Uma das comunidades mais populares e que desafia as leis de trânsito chama-se “Eu sei dirigir bêbado”, com 13.964 pessoas participando. (ENGELBRECHT, 2006, p. 10)

Esta reportagem foi publicada dias depois da notícia que mostrava o Orkut como um espaço de debates sobre o tema bebida alcoólica *versus* direção e de solidariedade de amigos e desconhecidos com a dor daqueles que perderam seus entes queridos na tragédia da Lagoa.

Muitas críticas são feitas ao Orkut. A maior delas é a libertinagem, problema não só do *site*, mas da internet de um modo geral. Nele pode-se falar sobre racismo, brigas, assassinatos, sem ao menos a pessoa precisar se camuflar. É muito comum a defesa da integridade moral por parte de religiosos e chefes de família que não gostam da facilidade de uma criança cadastrada no Orkut pode receber fotos pornográficas, idéias suicidas e outras coisas do tipo. Porém vale lembrar que o cadastro de crianças no Orkut é ilegal e vai contra as normas da rede de relacionamentos. Esta regra raramente é respeitada e os menores de dezoito anos respondem por boa parte dos usuários do sistema. (GALLUCCI, 2006, p. 2)

A notícia divulgada no dia 11 de setembro de 2006 apresenta ainda um pequeno box (“Um *site* na berlinda”), onde relata as brigas da Justiça brasileira com a Google por causa do Orkut (ENGELBRECHT, 2006, p. 10). Cinco dias depois, O Globo publicou reportagem sobre a abertura de investigação por parte do Ministério Público para apurar a responsabilidade do Orkut no caso das comunidades que incentivam o consumo de bebidas alcoólicas por motoristas, o excesso de velocidade e a direção por menores. Em 28 de setembro de 2006, o jornal voltou a divulgar que o Orkut hospeda comunidades com conteúdos de apologia ao crime. A reportagem “Elogio ao crime tira mais 13 comunidades do Orkut” (BASTOS, 2006, p. 24) relata as ações entre o Ministério Público e a Google sobre a desativação das páginas que incentivam atos ilegais e a negociação de um termo de ajustamento de conduta.

No entanto, mostrar à sociedade a utilização do Orkut para fins criminosos é entendido, também, como um melhor aproveitamento das informações contidas no *site*, e não apenas como um elemento que retira o crédito da fonte.

Quando o assunto é a possível melhoria da utilização do *site* de relacionamentos, a opinião é unânime: ele poderia ser melhor aproveitado, deixa a desejar pois discussões sérias não vingam. E não só ele, mas toda a internet. Casos como a utilização do Orkut com fins criminosos, disseminação de preconceitos, incentivo a pedofilia, tortura, violência e até mesmo para campanha política são comuns nesse meio de comunicação, e quem sai perdendo não são apenas os internautas, mas a sociedade em geral, pois os conflitos muitas vezes iniciados no mundo virtual acabam ganhando vida no mundo real (GALLUCCI, 2006, p. 2).

Não é porque algumas pessoas utilizam o Orkut para praticar crimes que o *site* deva ser rejeitado enquanto fonte primária de informações. Pelo contrário, esse fato pode ser visto como mais uma pauta para reportagens. Além disso, a tarefa de um jornalista é apurar e checar sempre. No caso do Orkut, a rotina do repórter permanece: pesquisar dados e confirmá-los por outros meios, se possível, os da vida real. É importante destacar que a rede social é uma referência, um ponto de partida, que orienta e aponta caminhos por onde começar, e não por onde terminar a apuração.

6 UM JORNALISMO VOLTADO PARA O EXERCÍCIO DA CIDADANIA

Uma das características da cobertura desse acidente na Lagoa é o espaço destinado pelo jornal para conscientizar os leitores a respeito do perigo que envolve o consumo de bebidas alcólicas por motoristas, o desrespeito ao limite de velocidade das vias e a falta de uso do cinto de segurança. Desde a primeira reportagem, a tragédia foi tratada como imprudência, porque foi causada pela combinação de três práticas que poderiam ter sido evitadas: ingestão de álcool, alta velocidade e ausência de cinto de segurança. A primeira página do jornal no dia 4 de setembro de 2006 estampa a seguinte manchete sobre o acidente: “Velocidade custa a vida de 5 jovens na Lagoa”. A reportagem do dia 5 de setembro de 2006 também aponta as causas do acidente: “Alta velocidade sem segurança: Perícia preliminar revela que Honda estava a pelo menos 100km/h e nenhum dos jovens usava o cinto” (GOULART, 2006, p. 14). Mostrar as causas da tragédia foi usado, nas diversas reportagens sobre o caso, como um alerta sobre os riscos de se ultrapassar os limites de velocidade. Essa atitude revela que o jornal não está interessado apenas em informar, mas também em conscientizar as pessoas a respeito das condutas apropriadas no trânsito e do cuidado com a vida.

Em seguida ao acidente, o jornal passou a noticiar estatísticas de mortes por acidentes – “Acidentes matam um jovem por dia no estado” (MOTTA, 2006, p. 15) – e a discutir as políticas de educação para o trânsito. Com o choque provocado na sociedade pela tragédia, o Globo começou a investigar o porquê de tantos jovens morrerem no trânsito. Um tema que se tornou uma inquietação a mais para a sociedade carioca, principalmente para os pais de adolescentes. Esse interesse em atender a demanda dos leitores preocupados em diminuir a violência no trânsito aproximou a cobertura do acidente feita pelo Globo – grande imprensa nacional – à prática do jornalismo regional, mais atento às necessidades prioritárias da população de um dado local. “Diferente dos jornais de grande circulação, o papel da imprensa do interior é tornar públicas as decisões, as reivindicações e os fatos locais e regionais. ‘Isso leva o jornal do interior a ser a principal fonte de informação’” (...) (COLUSSI, 2004, p. 5).

Esse tipo de cobertura se assemelha, ainda, a uma corrente do jornalismo que surgiu na década de 1990, nos Estados Unidos: o jornalismo público ou jornalismo cívico – que, de certa forma, introduziu na grande imprensa a cobertura de fatos mais regionais. O novo modelo teve início com Davis Merrit, editor do jornal *Wichita Eagle*, do estado do Kansas. Merrit percebeu

que os jornais noticiavam muito pouco os problemas sociais e comunitários, e que a população tinha um baixo interesse pelos processos eleitorais (o voto para os americanos não é obrigatório) e uma decepção com a cobertura política e com a relação dos jornalistas com as fontes oficiais. A primeira experiência do *Wichita Eagle* tinha como objetivo noticiar as eleições de acordo com os temas de interesse do público, além de promover a participação dos cidadãos na política. O jornal também foi responsável por uma campanha durante o período eleitoral, intitulada *Voter Project*, que incentivava as pessoas a votarem. Foi uma tentativa de estimular os eleitores a assumirem o seu papel político.

O Jornalismo Público (JP) tem como berço os Estados Unidos. Ele surge principalmente com o objetivo de “ajudar os meios de comunicação escrita, da rádio e da televisão, a ‘ligarem-se novamente às suas comunidades de forma a envolverem os seus cidadãos em diálogos que levem à resolução de problemas’”. (Fouhy *apud* COSTA, 2003, p. 30)

A nova tendência não se importa em apenas informar, mas se interessa em promover a cidadania, em organizar um debate público em torno de assuntos importantes para a população, e em incentivar os cidadãos a participarem da resolução dos problemas da sociedade. A imprensa deixa de ser somente mediadora para se tornar, também, um espaço de mediação.

Os jornalistas públicos partem da premissa que é necessário reanimar o debate público, pois a informação por si só, não é suficiente. É necessário interpelar o cidadão para que ele participe. Deste modo, se propõe uma nova dinâmica da vida em sociedade, tendo a imprensa um fundamental papel não só como mediadora, mas como espaço de mediação. De simples observadora dos fatos, ela passaria a ser atora. (COSTA, 2003, p. 8)

No Brasil, o movimento ainda não ganhou força. Segundo Luiz Martins da Silva, um dos estudiosos sobre o assunto, o país não tem um termo que traduza bem o significado dessa nova tendência. Por aqui, a prática é chamada de jornalismo cívico, jornalismo público ou jornalismo cidadão.

Como gênero, o jornalismo público ainda não adquiriu o status de outras especializações, a exemplo da crônica policial, do jornalismo esportivo, do jornalismo político, do jornalismo econômico e do jornalismo científico. Identificado em suas origens ora como civic journalism, ora como public journalism, o jornalismo público ainda não encontrou no Brasil nem uma tradução definitiva nem uma compreensão do que ele representa enquanto

função, área de cobertura e campo profissional. Há indicadores, no entanto, de que algumas práticas jornalísticas da chamada “grande imprensa” brasileira começam a assentar as bases para o que, entre nós, poderia vir a se chamar de jornalismo público (SILVA, 2002, p. 2).

De acordo com Luiz Martins da Silva, no Brasil não houve uma adesão estrita ao jornalismo público, mas também não houve rejeição. Para ele, apesar do gênero não ter se estabelecido oficialmente, a prática está emergindo com características próprias no Brasil, ao contrário do que ocorreu nos Estados Unidos, onde houve intenções e ações com o objetivo de fundar a categoria. Silva acredita que o *civic journalism* acontece quando grandes veículos de comunicação resolvem dedicar parte de seu noticiário a causas públicas.

Quando grandes jornais resolvem, por exemplo, dedicar sistematicamente parte de seu esforço de cobertura a causas públicas, estão praticando *civic journalism*. Quando empresas não-jornalísticas resolvem financiar ou dar apoio institucional a coberturas dos mesmos assuntos, também ingressam nesta linha. O combate às drogas e à violência urbana tem sido uma constante nas temáticas desse gênero de reportagem, embora, nos Estados Unidos, o *civic journalism* esteja muito associado, desde as suas origens, à formação do eleitor e ao estímulo ao voto, que para os americanos é facultativo. Não basta votar, é preciso que o público assuma a responsabilidade de votar em candidatos diretamente interessados em seus problemas. (MARTINS, 2002)

Observou-se nesta cobertura feita pelo jornal O Globo a respeito do acidente, que as reportagens seguintes à tragédia fizeram um levantamento sobre as políticas de educação para o trânsito, o que já havia sido feito e o que estava previsto. Foi uma maneira encontrada pelo jornal de debater o tema e levantar questões a respeito do que se deve fazer para diminuir as mortes por acidente no estado.

Levantamento feito pelo GLOBO mostra que o governo do estado deixou de aplicar, entre 2005 e ontem, R\$ 5,7 milhões no programa Educação no Trânsito. Para este ano, o programa previa a implantação do Centro de Educação e Cultura para o Trânsito, além de aulas de capacitação de professores da rede pública de ensino. A verba de R\$ 2,2 milhões, contudo, ainda não foi liberada. (VASCONCELLOS, 2006, p. 19).

Na notícia publicada no dia 8 de setembro, o jornal divulgou que aproximadamente metade das infrações de trânsito é por excesso de velocidade. O título da reportagem expressa o pensamento dos motoristas apressados, e ao mesmo tempo, uma crítica: “Nem aí para o limite”

(ENGELBRECHT, 2006, p. 13). Esse comportamento foi tratado como imprudente e perigoso ao longo do texto. Fica claro que a reportagem tenta mostrar ao leitor por meio de dados e orientações de especialistas a importância de se respeitar o limite de velocidade.

O excesso de velocidade é a infração de trânsito mais frequente no Estado do Rio. Dados do Detran revelam que, das 876.744 multas aplicadas nos sete primeiros meses deste ano, 395.468 (o equivalente a 45%) puniram motoristas que dirigiam acima da velocidade permitida. A segunda infração mais registrada no período foi o avanço de sinal vermelho ou de parada obrigatória, com 67.125 ocorrências (7,6%). Para especialistas, os números mostram que o motorista fluminense não tem noção exata dos riscos do trânsito. Ontem de madrugada, um acidente causado por avanço de sinal deixou seis feridos no Leblon. (ENGELBRECHT, 2006, p. 13)

A reportagem dividiu a página de abertura da editoria Rio com um texto de autoria dos familiares de Felipe Tavares de Azevedo, uma das cinco vítimas do acidente na Lagoa. O artigo “De carona com o destino: Felipe, que estava no banco de trás e morreu no acidente, não queria ter carro” apresentou além da tristeza e revolta dos parentes, os motivos dados pelo jovem, aos 18 anos, para explicar o porquê de não conduzir. Um dos desabaços dos familiares foi destaque: “Felipe não queria ter carro, por prudência. Não adiantou. Uma viagem de dois quilômetros o levou para longe de todos nós” (AZEVEDO, 2006, p. 13). O texto também alertou que os problemas do trânsito não podem ser evitados, apenas, por uma pessoa. Ainda que um motorista seja responsável ao dirigir, pode vir a sofrer as consequências da imprudência de outros condutores. A força do testemunho dos familiares de Felipe está no fato de quem fala não é jornalista, nem especialista, é alguém que viveu a situação de perto. Os parentes também citaram como essenciais as campanhas de conscientização contínuas para a prevenção de acidentes causados pela combinação bebida alcoólica e direção.

O fato de o jornal ter recorrido a um texto escrito por parentes das vítimas se enquadra no pensamento de Jay Rosen, que defende o uso de fontes não oficiais no jornalismo. O artigo da família Azevedo dá aos que sofrem pela morte de ente queridos voz ativa para expressarem os problemas do trânsito no estado, reforçando o papel dos cidadãos no estabelecimento de políticas públicas.

O professor norte-americano, Jay Rosen, formula o jornalismo cívico como instrumento para reforçar a cidadania, por meio da adoção de normas e procedimentos, como repertório de novas fontes, e não exclusivamente as oficiais, valorização do cidadão como participante ativo, e não apenas um

espectador, e a necessidade dos jornalistas desempenharem papel crítico na sociedade. (ROSEN apud SANTOS, p. 2)

A notícia do dia 9 de setembro voltou a discutir a ineficiência das políticas de prevenção de acidentes no estado do Rio de Janeiro a partir do quantitativo de atendimentos a acidentados pelos hospitais públicos. A reportagem mostrou, ainda, que as lesões por acidentes se agravaram ao longo dos anos, e que os pacientes chegam, atualmente, politraumatizados às emergências (MAGALHÃES, 2006, p. 14). Na mesma página, o jornal divulgou o resultado do laudo pericial do acidente que vitimou os cinco jovens na Lagoa. O jornal destacou que a falta de cinto de segurança possibilitou traumatismo crânio-encefálico, e que, com o uso do cinto, as vítimas poderiam ter escapado com vida (GOULART, 2006, p. 14).

Nessas reportagens, o jornal procurou levantar questões sobre a atuação do governo e da sociedade nas políticas de educação para o trânsito e, numa relação com a tragédia na Lagoa, apontar que a causa foi a imprudência e que ações simples dos motoristas podem evitar o número de mortes por acidentes no estado. Essas características da cobertura em análise assemelham-se ao jornalismo cívico porque, segundo Luiz Martins, é tarefa de um jornal preocupado com a cidadania não se limitar aos acontecimentos, mas procurar as soluções e as políticas públicas adequadas.

O *civic journalism* é um movimento que vem se expandindo há mais de uma década e até já tem enfrentado questionamentos, pois se baseia no princípio de que a missão do jornalismo e dos jornalistas não se limita aos fatos e às notícias, exigindo engajamentos nas soluções dos problemas reportados e noticiados, no caso, problemas sociais e suas correspondentes políticas públicas. (MARTINS, 2002)

Outra notícia publicada no dia 9 de setembro de 2006 também abordou o debate em torno da relação entre bebida alcoólica e direção. A reportagem mostrou que jovens começaram a discutir o assunto no Orkut. O texto foi acompanhado por uma ilustração que reproduz uma das comunidades do *site* de relacionamentos sobre o acidente na Lagoa. Nessas comunidades, os membros tentavam entender os motivos que levaram o motorista do Honda Civic, Ivan Guida Rocha, a bater com o carro.

“Se beber, não dirija” era a frase mais repetida até mesmo nas comunidades (ambientes para a discussão de temas) criadas para exaltar o consumo de

cerveja, uísque, e cachaça. (...) O debate sobre a ingestão de álcool foi estendido aos perfis ainda mantidos no ar dos jovens mortos. (PONTES, 2006, p. 15)

O texto divulgou, inclusive, um debate que seria promovido pelo Colégio Bahiense, na Barra da Tijuca, sobre alcoolismo e violência no trânsito. O evento, para pais e adolescente, seria aberto ao público. O debate foi divulgado como um meio de o jornal auxiliar a população na questão de educação para o trânsito. O jornal, inclusive, publicou endereço e horário, além de um número de telefone, para melhores informações. Se engajar com as mobilizações da sociedade é uma outra característica do *civic journalism* ou do jornalismo público.

Por vezes, travam-se acaloradas polêmicas em torno do civic journalism, seja em torno do berço conservador que o trouxe ao mundo (financiamentos altruístas de um poderoso industrial), seja em decorrência da visão tradicional de que o papel dos jornalistas é investigar os fatos e noticiá-los, parando aí a sua missão. Há jornalistas e empresas jornalísticas, no entanto, que não se contentam em noticiar os fatos. Eles querem também se envolver com a busca das soluções, para isso, criando laços diretos com os cidadãos, com as comunidades e com as suas mobilizações. Outra forma, é o cuidado de com que grande parcela dos editores tratam as matérias jornalísticas, agregando valores sociais aos valores-notícia comuns e incorporando às matérias boxes de informações, serviços, telefones, *e-mails*, *sites* e outros elementos úteis para que os leitores interessados tenham como procurar apoio. É o que se poderia chamar de agregar aos problemas sociais um entorno institucional. Se uma reportagem fala do alcoolismo e suas conseqüências, o serviço prestado pelo veículo ficará ainda mais completo se indicar os telefones da Associação dos Alcoólicos Anônimos e de atendimentos públicos especializados. (SILVA *apud* SANTA CRUZ, 2007, p. 8)

A reportagem do dia 11 de setembro de 2006 também prestou um serviço à população por abordar as comunidades do Orkut que fazem apologia ao consumo de bebidas alcoólicas por menores, que seriam investigadas pelo Ministério Público. A notícia alertou para o potencial de influenciar os jovens que esses grupos podem ter, já que algumas das vítimas do acidente da Lagoa participavam de comunidades deste tipo. O jornal mostrou o comportamento desses jovens no *site* como parte da natureza desafiadora dos jovens, mas destaca que dirigir embriagado é contra a lei, e que incentivar o consumo exacerbado de álcool e a direção em alta velocidade pode levar os responsáveis pelas comunidades a responderem na Justiça por apologia ao crime (ENGLEBRECHT, 2006, p. 10). Como defende Kucinski, cabe ao jornalismo exercer a vigilância da cidadania e informar aos cidadãos:

(...) É cada vez mais ao jornalismo que cabem as tarefas de informar, combater o segredo de Estado, levantar polêmicas, denunciar abusos do poder, corrupção

e violação dos direitos humanos. É como se tivesse um mandado da população para as funções de vigilância da cidadania e da justiça que o cidadão comum não consegue exercer mais diretamente. (KUCINSKI *apud* FREITAS, p. 4)

Uma função que o jornal, aparentemente, tomou para si nessa cobertura pós-acidente da Lagoa, foi comunicar aos pais como os jovens se comportam com relação ao consumo de bebidas alcóolicas nas festas e boates. A reportagem do dia 10 de setembro de 2006, “Uma mistura explosiva”, por exemplo, mostrou que adolescentes e jovens já começavam a beber antes de entrar nas casas noturnas, e apesar de se considerarem invencíveis, eles disseram conhecer o risco que correm. A notícia também tocou num ponto fundamental: essas pessoas estão nas universidades, e têm acesso à informação, mas as campanhas educativas para reduzir o número de acidentes não falam a linguagem da juventude (ROCHA, 2006, p. 24). A partir de observação e conversa com jovens nas filas de boates e em postos de gasolina, foi apresentado o pensamento deles com relação a bebidas, atitudes muitas vezes desconhecidas dos pais de adolescentes. Outra reportagem, “Bebendo sem moderação”, publicada no dia 15 de setembro, também mostrou aos pais o incentivo ao consumo de álcool por parte de bares e boates frequentados por jovens do Rio de Janeiro.

O bordão “beba com moderação”, do Ministério da Saúde, passa longe da noite carioca. Para atrair cada vez mais frequentadores, bares e casas noturnas oferecem todo tipo de promoções que estimulam o consumo de bebidas alcóolicas como bônus – um tipo de consumação mínima disfarçada, em que o valor do ingresso está embutido no preço –, rodízios de chope e as chamadas doses duplas, triplas e até quádruplas. Jovens que passam as noites em boates da Zona Sul – onde a maioria chega de carro, seja dirigindo ou de carona – admitem que acabam bebendo a mais para gastar todo o valor do bônus. (ENGELBRECHT e PONTES, 2006, p. 18)

Como os especialistas em jornalismo público já observaram, o gênero ainda não se firmou no Brasil. O jornal O Globo, por conseguinte, não pode ser considerado um exemplo de veículo da grande imprensa que adotou a prática. No entanto, a partir da análise da cobertura do acidente, percebe-se que há indícios do *civic journalism* nas reportagens sobre o caso, porque houve preocupação em incentivar o exercício da cidadania a partir das informações publicadas a respeito dos problemas do Código de Trânsito, das políticas de educação, dos números de acidentes no Rio de Janeiro. O jornal se interessou em estimular a população a debater o problema, e até em esclarecer a sociedade sobre o comportamento dos jovens com relação ao

consumo de bebidas alcoólicas. Nessa cobertura, pode-se afirmar que o jornal esteve atento às necessidades da sociedade e procurou incentivá-la a participar da questão das políticas para o trânsito, informando-a a respeito e provocando nela a vontade de debater o tema. Nesse caso, o jornal atendeu ao papel do jornalismo de reforçar a cidadania, como afirma Rosen: “O jornalismo pode e deve ter um papel no reforço da cidadania (citizenship), melhorando o debate público e revendo a vida pública.” (Rosen *apud* COSTA, 2003, p. 35)

A cobertura apresenta características, práticas do jornalismo público, mas não o constitui. Luiz Martins esclarece que o gênero não é apenas uma série de reportagens sobre um tema, mas uma postura editorial que se preocupe permanentemente com as causas públicas e procure maneiras de abordá-las freqüentemente, tanto a partir de fontes oficiais quando de não oficiais. “O *civic journalism* se distingue de uma simples campanha. Não se trata apenas de uma série de reportagens sobre um problema social, mas da adoção permanente de uma ou mais causas públicas por um veículo de comunicação.” (MARTINS, 2002)

Ainda falta muito para os meios de comunicação, em geral, alcançarem uma pauta diária que atenda plenamente às necessidades dos cidadãos e os estimulem a exercitar a sua cidadania em favor do bem estar coletivo. Luiz Martis da Silva acredita que esse, é um dos obstáculos que o jornalismo público terá de superar.

Talvez seja este o maior desafio do jornalismo público: agendar permanentemente assuntos que não são novos. Um exemplo estarrecedor é o da fome. Uma série de reportagens sobre a fome no Nordeste resulta numa premiação importante, mas o problema continua, não só no Brasil, onde haveria 50 milhões na faixa da miséria (dados da Fundação Getúlio Vargas), mas em todo o mundo, onde, segundo dados do Banco Mundial (2000) há 800 milhões de pessoas passando fome e 1,2 bilhão de pessoas vivendo com uma média de 1 dólar por dia. Em síntese, os jornais noticiam tudo, mas tudo pode acabar no “vazio da informação”, aquele em que os dramas viram amenidades, se o jornalismo não tiver um compromisso que ultrapasse os valores-notícia tradicionais. (SILVA, 2002, p. 18)

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O advento da internet propiciou novas formas de comunicação e expressão da sociedade. Hoje, milhões de pessoas interagem umas com as outras a partir de ferramentas como *e-mails*, *sites*, *chats*, blogs, fotologs e redes sociais, como o Orkut. Também por meio da web, os indivíduos encontraram uma maneira de mostrar o que pensam, compartilhar suas vidas e discutir temas de qualquer ordem.

Há mais de uma década, os jornais passaram a ter suas versões *online*, mas a internet não se restringiu apenas a um ambiente para a publicação de notícias. Os jornalistas também utilizam a rede como ferramenta para a elaboração de reportagens. Há algum tempo, os repórteres deixaram de recorrer somente aos *sites* de órgãos oficiais e mecanismos de busca na web. Atualmente, os profissionais consultam, inclusive, páginas pessoais, que surgiram a partir da democratização do acesso à internet.

Este trabalho se propôs a analisar de que maneira o site de relacionamentos Orkut foi usado como fonte pelo jornal O Globo na cobertura sobre um acidente de trânsito no Rio de Janeiro. O exemplo ilustra, de certa forma, como O Globo e outros veículos da grande imprensa brasileira têm utilizado informações da página em suas reportagens.

Um estudo de caso sobre novas fontes de apuração é importante para que se reflita a respeito de como o jornalismo é feito na atualidade. Esta monografia mostrou que os repórteres têm buscado, no site, informações sobre os personagens de suas notícias, principalmente aqueles que são vítimas de crime ou tragédia, como na cobertura analisada. Nestes casos, o personagem se encontra impossibilitado de dar entrevista porque está internado no hospital ou faleceu.

Uma rede como o Orkut se tornou um banco de dados representativo porque milhares de cariocas fazem parte do *site* e significativo porque além de possibilitar uma busca refinada, também admite diversos pontos de partida para a procura: por meio de uma comunidade, de amigos em comum etc. As informações coletadas no Orkut sobre vítimas, em geral, servem para caracterizar o personagem da reportagem. Uma grande lição do jornalismo é personificar o fato, isto é, se o repórter consegue aproximar o acontecimento e o leitor, mostrando o personagem como uma pessoa comum, a notícia sensibiliza e desperta interesse.

A rede social também é utilizada para buscar pessoas a serem entrevistadas. Na cobertura sobre o acidente, por exemplo, os repórteres procuraram amigos dos jovens falecidos

no Orkut. Além disso, os jornalistas acompanharam a repercussão de fatos da vida real na rede social, como os recados de solidariedade para os familiares das vítimas e o debate sobre consumo de bebidas alcoólicas e direção. A partir do estudo de caso, observou-se, ainda, que a página foi consultada para mostrar o comportamento dos jovens com relação à combinação entre álcool e condução de automóveis. Este é um outro motivo pelo qual o Orkut é usado por jornalistas: procurar tendências de comportamento da sociedade.

É fundamental analisar novas fontes de informação para saber como melhor explorar suas potencialidades. O Orkut, como foi visto, é um banco de dados considerável, mas que precisa ser usado com cautela porque também abriga conteúdo falso ou criminoso. O *site* de relacionamentos tem de ser encarado como qualquer outra fonte jornalística. No jornalismo, é primordial confirmar as informações obtidas, sejam elas de quaisquer fontes. Se os dados vêm do mundo virtual, necessariamente, precisam ser checados no mundo real. É a tarefa básica de um profissional de comunicação social ter responsabilidade com aquilo que comunica. Um repórter tem de estar certo de que a sua notícia está baseada em informações confiáveis. O Orkut pode e deve ser usado como fonte pelos jornalistas, mas os profissionais devem ter a consciência de que o *site* é um ponto de partida, e não de chegada, isto é, uma consulta que aponta caminhos por onde a apuração pode ser encaminhada, e não por onde a pesquisa termina.

A monografia não explora todos os usos que a imprensa faz do site de relacionamentos Orkut, apenas aponta algumas práticas atuais. Ainda há muito a ser estudado e analisado pelas faculdades de jornalismo, a fim de acompanhar os rumos da profissão no Brasil. Há que se discutir, ainda, por exemplo, os limites éticos a respeito da reprodução de informações e fotos retiradas do Orkut nas páginas do jornal.

O jornalismo público, que ainda não tomou fôlego no Brasil, precisa ganhar mais espaço na universidade. As faculdades de comunicação social não devem se furtar ao debate e ao exame da nova tendência. A universidade pode contribuir com a melhora do jornalismo ao se interessar em discutir como aproximar o noticiário dos cidadãos e de suas necessidades. A profissão de jornalista, por si, carrega uma função social, mas que muitas vezes se desvirtua pelas necessidades do mercado. Cabe também às faculdades estudar novas formas de inserir práticas positivas no jornalismo e, principalmente, cativar nos futuros repórteres a atenção por temas de urgência da sociedade, que incentivem o exercício da cidadania.

8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Marco Antônio de. **Sociedade em rede & redes de sociabilidade: algumas considerações sobre as relações entre tecnologia, cultura e sociabilidade.** In: Anais do Intercom 2005: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro: Intercom/ UERJ, 2005. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/18420/1/R1609-1.pdf>. Acesso: 10 ago. 2007.

AQUINO, Maria Clara Jobst de. **Interação Mútua e Interação Reativa no Orkut: Uma Abordagem do Sistema como Rede Social e Campo Interativo.** In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Anais... Rio de Janeiro: INTERCOM, 2005. Disponível em: <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/17231/1/R0915-1.pdf>. Acesso: 10 ago. 2007.

ARAÚJO, José Paulo. **Invasão de privacidade consentida?** Disponível em: <http://www.comunicar.pro.br/artigos/invasprivac.pdf>. Acesso: 1º set. 2007

AZEVEDO, Maria Celina Travassos de, AZEVEDO, Geraldo, AZEVEDO, Gustavo, e AZEVEDO, Gilberto. De carona com o destino. **O Globo**, Rio de Janeiro, 8 set. 2006. Rio, p. 13.

BASTOS, Isabela. Elogio ao crime tira mais 13 comunidades do Orkut. **O Globo**, Rio de Janeiro, 28 set. 2006. Rio, p. 24.

BERTA, Ruben e ARAÚJO, Vera. Poucos têm educação para o trânsito. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 set. 2006. Rio, p. 15.

BÜYÜKKOKTEN, Orkut. **[Opinião do criador do site de relacionamentos Orkut]**. Rio de Janeiro, 02 abr. 2007. Entrevista concedida ao repórter André Machado, do Jornal O Globo. Disponível em <http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2007/04/02/295181580.asp>. Acesso: 10/08/2007.

CALDAS, Álvaro (org.). **Deu no jornal: o jornalismo impresso na era da internet.** Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio. São Paulo: Loyola, 2002.

CORRÊA, Cynthia Harumy Watanabe. **Vigilância e Controle em Relacionamentos Sociais no site Orkut.** Trabalho apresentado ao NP Tecnologias da Informação e da Comunicação, do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 2006. Anais..., Brasília, 2006.

_____. **Comunidades virtuais gerando identidades na sociedade em rede.** Ciberlegenda, nº 13, 2004. Disponível: <http://www.uff.br/mestcii/cyntia1.htm>. Acesso: 7 out. 2007.

COSTA, Ana Cláudia e MAIA, Eduardo. Cerimônia de adeus. **O Globo**, Rio de Janeiro, 6 set. 2006. Rio, p. 19.

COSTA, Paulo Celestino Filho. **Jornalismo público: por uma nova relação com os públicos**. São Paulo: Universidade de São Paulo/USP, 2003. Disponível em: <http://gestcorp.incubadora.fapesp.br/portal/monografias/pdf/46.pdf/>. Acesso: 5 nov. 2007.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

_____. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

DIZARD, Wilson. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

DOSSIÊ sobre a indústria de domínios na internet. Volume 4, edição 1, abril de 2007. Disponível em: <http://www.verisign.com.br/static/037988.pdf>. Acesso: 06/10/07.

ENGELBRECHT, Daniel. Nem aí para o limite. **O Globo**, Rio de Janeiro, 8 set. 2006. Rio, p. 13.

_____. O elogio da imprudência no Orkut. **O Globo**, Rio de Janeiro, 11 set. 2006. Rio, 11 set. 2006. Rio, p. 10.

_____. Orkut: procurador formaliza pedido de investigação. **O Globo**, Rio de Janeiro, 12 set. 2006. Rio, p. 16.

ENGELBRECHT, Daniel e PONTES, Fernanda. Bebendo sem moderação. **O Globo**, Rio de Janeiro, 15 set. 2006. Rio, p. 18.

FERNANDES, Adélia Barroso. **Jornalismo, cidadania e direitos humanos: uma relação reflexiva no espaço público**. In: XXV Congresso Brasileiro de Comunicação Intercom, 2002, Salvador. Programa Comunicação para a Cidadania. Salvador : Universidade do Estado da Bahia, 2002. v. 1. Disponível em: http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/18666/1/2002_NP2FERNANDES.pdf. Acesso: 5 nov. 2007.

FONTANELLA, F.I.; PRYSTHON, N.F.. **Trocando figurinhas: sobre Orkut, frivolidades, neotribalismo e flânêrie**. Trabalho apresentado no Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 27., 2004. Porto Alegre. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1904/17791>. Acesso: 9 set. 2007.

FRAGOSO, Suely . **Eu odeio quem odeia... considerações sobre o comportamento dos usuários brasileiros na tomada do Orkut**. XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, E-Compós, Brasília, v. 6, p. 1-22, 2006.

FREITAS, Flávia. **Mídia e Saúde: a notícia de saúde no MGTV 1ª edição (Rede Globo), uma análise sobre o jornalismo público e sensacionalista**. Disponível em: <http://www.comunicasaude.com.br/Artigo%20F1%E1via%20Freitas.pdf>. Acesso: 05 nov. 2007.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 1996.

GALLUCCI, Marina e PORTELLA, Marina. **Orkut: ame-o ou deixe-o!** Palavra Digital – jornal laboratório online do curso de jornalismo da Unibrasil, 30 de novembro de 2006. Disponível em: <http://jornal.unibrasil.com.br/cms>. Acesso: 1º ago. 2007.

GONÇALVES, Elias Machado. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Trabalho apresentado no GT de Jornalismo da Associação latino-americana de pesquisadores em Comunicação, Santa Cruz de la Sierra, Universidade Privada de Santa Cruz de la Sierra, 05-08 de Junho de 2002. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/machado-elias-ciberespaco-jornalistas.pdf>. Acesso: 12 out. 2007.

GOULART, Gustavo. Alta velocidade sem segurança. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 set. 2006. Rio, p. 14.

_____. Falta de cinto possibilitou traumatismos. **O Globo**, Rio de Janeiro, 9 set. 2006. Rio, p. 14.

JOVENS do Brasil tem mais amigos virtuais. **BBC Brasil**, Londres, 25 jul. 2007. Disponível em: http://www.bbc.co.uk/portuguese/reporterbbc/story/2007/07/070725_jovens_tecnologiarg.shtml. Acesso: 10 ago. 2007.

LIMA JÚNIOR, Walter Teixeira. **Primórdios das fontes digitais na produção do jornalismo tradicional**. Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Jornalismo, do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Anais... São Paulo, Intercom 2007.

MAGALHÃES, Luiz Ernesto. A prova da carnificina. **O Globo**, Rio de Janeiro, 9 set. 2006. Rio, p. 14.

MARTINS, Luiz. Civic journalism: um gênero que o Brasil começa a conhecer. Jornal de Debates, **Observatório da Imprensa**, edição de 29/5/2002. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/jd290520023.htm>. Acesso: 05 nov. 2007.

MEROLA, Ediane, MOTTA, Júlia, AMORIM, Maíra, DAMASCENO, Natanael, TEIXEIRA, Rafael e MENDES, Taís. Quando o trânsito também causa dor. **O Globo**, Rio de Janeiro, 4 set. 2006. Rio, p.9.

MORAIS, Cleber Matos e ROCHA, Diego Lopes. **Porque existe tanto brasileiro no Orkut? Ou as Redes sociais e o Homem Cordial**. Projeto Kimera/ Universidade Federal de Pernambuco. Trabalho apresentado ao NP 08 – Tecnologias da Informação e da Comunicação, do V encontro de Pesquisa da Intercom, 2005. Disponível em: <http://jornalismodigitalufes.blogspot.com/2006/03/artigos-sobre-o-orkut.html>. Acesso: 1º ago. 2007.

MOTA, Regina. **Uma pauta pública para uma nova televisão brasileira**. Rev. Sociol. Polit. , Curitiba, n. 22, 2004 . Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-44782004000100007&lng=pt&nrm=iso>. Acesso: 5 nov. 2007.

MOTTA, Cláudio e BRAGA, Ronaldo. Acidentes matam um jovem por dia no estado. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 set. 2006. Rio, p. 15.

MYSPEACE é a rede social mais popular do mundo, diz estudo. **O Globo Online**, Rio de Janeiro, 1º ago. 2007. Disponível em:

<http://oglobo.globo.com/tecnologia/mat/2007/08/01/297063458.asp>. Acesso: 10 ago. 2007.

NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria (org.). **Cabeças Digitais: o cotidiano da era da informação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio. São Paulo, Loyola, 2006.

O GLOBO, Edição Metropolitana, Rio de Janeiro, 4 set. 2006, primeira página.

O GLOBO, Edição Metropolitana, Rio de Janeiro, 5 set. 2006, primeira página.

O GLOBO, Edição Metropolitana, Rio de Janeiro, 12 set. 2006, primeira página.

OIKAWA, Érica e PINTO, Sônia Ferro e Silva. **A (con) fusão dos mundos on e off line: novas formas de socialidade no Orkut**. Trabalho apresentado no XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007 In: Anais... São Paulo, Intercom, 2007.

PENA, Felipe. **No jornalismo não há fibrose: a ruína das fontes, o denunciismo e a opinião pública**. Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, em 2005. Disponível em:

<http://repositorio.portcom.intercom.org.br/dspace/bitstream/1904/17414/1/R0092-1.pdf>. Acesso: 1º out. 2007.

PESQUISA sobre o uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil: TIC Domicílios e TIC Empresas 2006 [coordenação executiva e editorial Mariana Balboni]. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2007. Disponível em:

<http://www.cetic.br/tic/2006/indicadores-2006.pdf>. Acesso: 10 ago. 2007.

PONTES, Fernanda e BASTOS, Isabela. Jovens discutem bebida e direção no *site* Orkut. **O Globo**, Rio de Janeiro, 9 set., 2006. Rio, p. 15.

RIBEIRO, Juliana Colussi. **Da política ao debate: jornalismo regional e espaço público**. Paper apresentado à disciplina *Comunicação: Sociedade e Política*, ministrada pela professora Dr^a Maria Teresa Miceli Kerbauy, no curso de Mestrado em Comunicação Midiática da Unesp (Universidade Estadual Paulista), 2004. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/ribeiro-juliana-da-politica-ao-debate.pdf>. Acesso: 5 nov. 2007.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Teoria das Redes e Redes Sociais na Internet: Considerações sobre o Orkut, os Weblogs e os Fotologs**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul e Universidade Católica de Pelotas. Trabalho enviado para o Núcleo de Pesquisa (NP-08) de

Tecnologias da Comunicação e Informação do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da XXVII INTERCOM, Rio Grande do Sul, 2004. Disponível em: <http://repositorio.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/17792/1/R0625-1.pdf> . Acesso: 1º ago. 2007.

ROCHA, Carla, PONTES, Fernanda e ARAÚJO, Vera. O menino do Rio que o acidente da Lagoa levou. **O Globo**, Rio de Janeiro, 17 set. 2006. Rio, p. 26.

ROCHA, Carla. Uma mistura explosiva. **O Globo**, Rio de Janeiro, 10 set. 2006. Rio, p. 24.

SANTA CRUZ, Lucia . **O jornalismo do bem. Revisitando a pauta da responsabilidade social empresarial. Ciberlegenda** (UFF), v. 9, p. 7, 2007. Disponível em: <http://www.uff.br/ciberlegenda/artigoluciasantacruzfinal.pdf>. Acesso: 05 nov. 2007.

SANTOS, Andréa Cristina. **Jornalismo cívico: prática da reportagem comunitária**. Disponível em: <http://www.fnpj.org.br/grupos.php?det=135>

SILVA JUNIOR, José Afonso da. **Jornalismo 1.2: características e usos da hipermídia no jornalismo**, com estudo de caso do grupo Estado de São Paulo. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2000. Disponível em: www.facom.ufba.br/jol/doc/2000_silvajr_jornalismo1_2.zip. Acesso: 3 out. 2007.

SILVA, Luiz Martins da. **Jornalismo público: o social como valor-notícia**. Trabalho apresentado no XI Encontro Nacional da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Rio de Janeiro, 2002. Disponível em: http://www.ucb.br/comsocial/mba/Jornalismo_publico_o_social_como_valor-noticia.pdf. Acesso: 5 nov. 2007.

TEIXEIRA, Luciana Ramos. **Orkut – Uma nova Rede de Relacionamentos**. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2006.

TURKLE, Sherry. **A vida no Ecrã: a identidade na era da internet**. Lisboa: Relógio D'água Editores, 1997.

VASCONCELLOS, Fábio e PONTES, Fernanda. Sem educação no trânsito. **O Globo**, 6 set. 2006. Rio, p.19.

VIANNA, Hermano. **[Opinião sobre a internet]**. Rio de Janeiro, 27 ago. 2007. Entrevista concedida ao Jornal O Globo. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/educacao/mat/2007/08/24/297417790.asp>. Acesso: 27 ago. 2007.

http://news.netcraft.com/archives/web_server_survey.html. Acesso: 06/10/07.

http://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_de_redes_sociais. Acesso: 27/08/2007.

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Orkut>. Acesso: 10/08/2007.

http://www.alexa.com/site/ds/top_sites?cc=BR&ts_mode=country&lang=none . Acesso: 10 ago. 2007.

<http://www.comscore.com/press/release.asp?press=1555>. Acesso: 10 ago. 2007.

http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&nome=home_materia&db=caldb&docid=EA89C537A0747B1A8325733D0070B071. Acesso: 10 ago. 2007.

<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=IBOPE+Opinião&docid=150B68CCBF1803CF832573080052C7D8>. Acesso: 10 ago. 2007.

<http://www.orkut.com/About.aspx>. Acesso: 10/08/2007.

<http://www.orkut.com/CommMsgs.aspx?cmm=34264&tid=2531234582148064457>. Acesso: 10 ago. 2007.

<http://www.orkut.com/Profile.aspx?uid=16617427062422654066>. Acesso: 10 ago. 2007.

ANEXOS

Anexo 17

Entrevista concedida pela repórter Ediane Merola, da editoria Rio, do Jornal O Globo.

1) Você costuma usar o Orkut para fazer reportagens? Que tipo de informações você já procurou?

Uso, sim. Por exemplo, na época do Fashion Week, fizemos uma matéria sobre jovens anti-fashion. Para achar os personagens, recorri ao orkut. Lá, achei comunidades ótimas. Tinha até uma "Fuck the fashion". Acho que todos os personagens desta matéria foram encontrados no orkut. Eu deixava recados e as pessoas respondiam prontamente.

2) Você também pesquisou algum dado no Orkut para a reportagem “Quando o trânsito também causa dor”? Na sua opinião, as informações coletadas no Orkut enriqueceram a reportagem? Por que?

Por curiosidade, também entrei nos perfis, até para saber que comentários os amigos deixavam sobre eles. As informações são sempre enriquecedoras, servem para dar um clima à matéria. Nessa hora, os amigos não querem falar, ficam de luto, até revoltados. Eu estive no local do acidente e ninguém deu entrevista. E no Orkut eles se soltam, acabam contando detalhes da convivência, da falta que sentirão do amigo (isso no caso da Lagoa).

3) Qual a sua opinião sobre o uso do Orkut como fonte de informação para se fazer reportagens? Vale a pena usar o site como ferramenta de trabalho?

O Orkut é uma ferramenta indispensável atualmente. Não é 100% confiável, é fundamental checar as informações, ter certeza de que os perfis são verdadeiros. Mas, de um modo geral, ele tornou-se um aliado dos jornalistas. No caso do mortos no acidente na Lagoa, as fotos dos jovens foram todas retiradas do Orkut. Mas, todo cuidado é pouco. No caso do garoto que morreu na festa Tribe Rio, neste fim de semana [28 out. 2007], botaram um perfil de um outro menino numa comunidade sobre pessoas mortas, só por causa do sobrenome que era o mesmo. E abriram um perfil falso para um outro jovem, morto num acidente de carro no mesmo dia da festa.

Anexo 18

Entrevista concedida pela repórter Júlia Motta, da Editoria Jornais de Bairro, do Globo.

1) Como surgiu a idéia de se utilizar informações do Orkut na reportagem “Quando o trânsito também causa dor”?

Naquele fim de semana entrei no plantão às 10h. Morava na Barra e tive que ligar para o jornal para avisar que atrasaria um pouco por conta do trânsito que estava no acesso ao Túnel Rebouças. Passei em frente ao acidente antes de chegar ao jornal. Assim que entrei, a chefe de reportagem me perguntou se eu tinha Orkut e se poderia levantar um perfil dos meninos. Naquele momento ainda não sabíamos quase nada sobre eles. Outras pessoas estavam na rua apurando no IML, no local e não sei mais onde. Durante as minhas sete horas de plantão eu só fiz isso!

2) Que tipo de informações você procurou para elaborar a reportagem? Você encontrou alguma dificuldade na pesquisa?

Minha participação na matéria era exclusivamente levantar o perfil dessas pessoas. Quando encontrei a página de cada um, li o perfil para saber quem eram: se tinham namorado (a), qual era a idade, onde estudavam, onde moravam, se tinha irmãos, como era a família, o que gostavam de fazer (esportes, lazer...). Olhei também as comunidades de que faziam parte. Lembro, por exemplo, que o Ivan (o motorista) fazia parte de uma comunidade relacionada a bebidas. Acho que não encontrei muita dificuldade.

3) Você chegou a entrar em contato com amigos e parentes das vítimas por meio do Orkut? (Em caso afirmativo, como foi o contato e a receptividade?)

Sim. Logo após o acidente, muitos amigos escreveram recados para as vítimas. Fiz uma mensagem padrão, dizendo que era repórter do Globo e que gostaria de contar com a ajuda deles para saber um pouco mais sobre cada um dos jovens. Alguns dos amigos me responderam numa boa, mas outros me mandaram mensagens me criticando e até me xingando. Claro que não me sentia muito bem fazendo isso, pois estava invadindo a privacidade das pessoas num momento doloroso para elas. As fotos publicadas na matéria foram retiradas por mim do Orkut. Senti um pouco de medo com essas mensagens e acabei apagando minhas fotos durante umas semanas. Mas as mensagens logo pararam. Uma coisa um pouco mórbida que encontrei na pesquisa foram mensagens de pessoas desconhecidas às vítimas. Descobri que são pessoas que pertencem a comunidades de "pessoas mortas" (algo assim) e que mandam mensagens de solidariedade aos mortos...

4) Na sua opinião, as informações coletadas no *site* enriqueceram a reportagem? Por que?

Sim. Porque foi possível levantar um perfil daqueles jovens.

5) Você já havia usado o Orkut para fazer reportagens antes daquele episódio? Que tipo de informações você já tinha buscado no *site*?

Quando eu fazia o Globo-Serra (Jornal de Bairros) eu entrava em comunidades das cidades (Petrópolis, Teresópolis, Friburgo...) e buscava alguma pauta. E com certeza já procurei dados sobre algum entrevistado também (agora não me lembro qual...).

6) Qual a sua opinião sobre o uso do Orkut como fonte de informação para se fazer reportagens? Vale a pena usar o *site* como ferramenta de trabalho?

Acho que o Orkut auxilia nosso trabalho, principalmente, para levantar perfis ou encontrar personagens (quase como uma busca na lista telefônica). Mas é preciso ter cuidado, pois algumas informações podem ser mentirosas. Além disso, é preciso ter cuidado para respeitar o espaço do outro. Embora acredite que quem está no Orkut quer ser visto também. Hoje em dia eu já uso muito menos o Orkut do que no começo (passei a fazer parte do site em 2004).